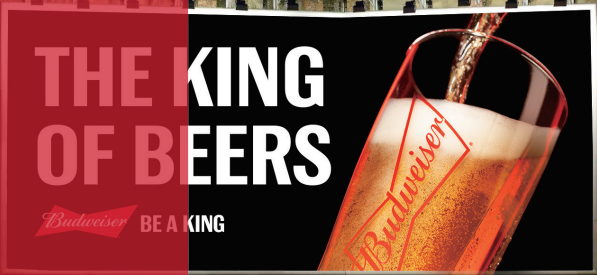
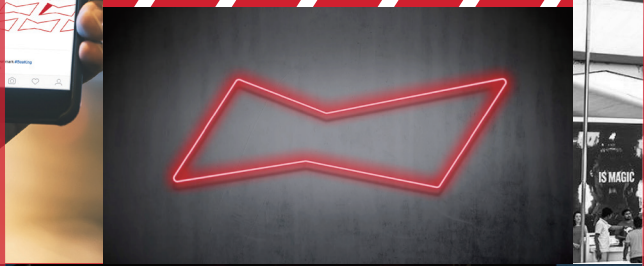
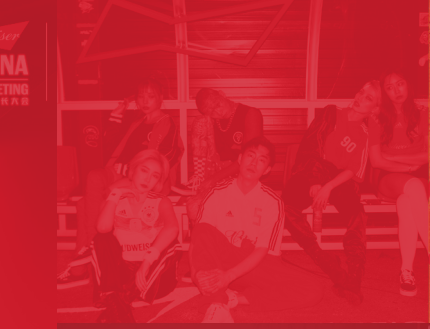




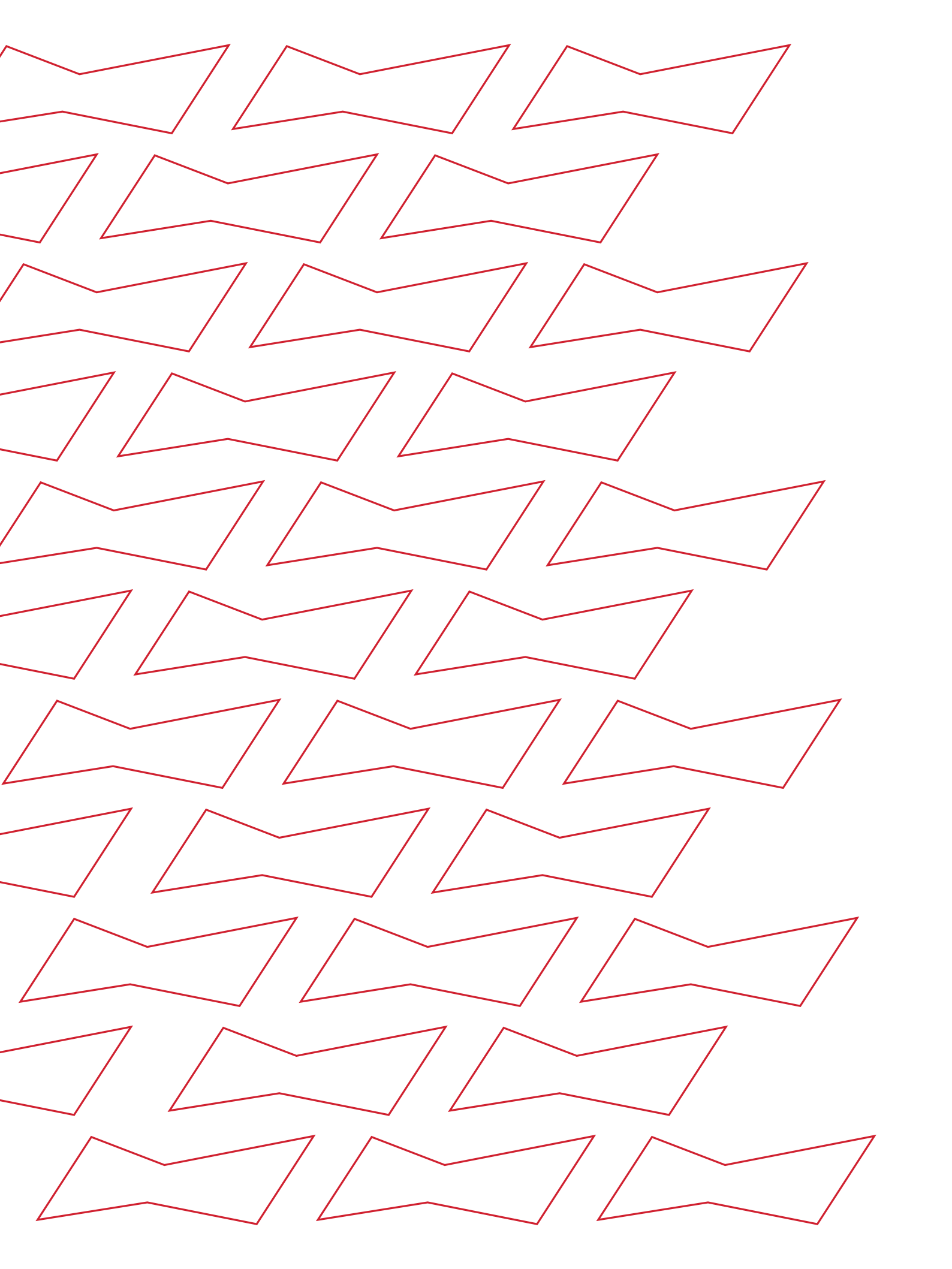
BUDWEISER BREWING COMPANY APAC LIMITED

百威亞太控股有限公司

股份代號：1876



2020年  
環境、社會及  
管治報告



# 目錄

<b>關於本報告</b>	<b>2</b>
報告期	2
報告範圍	2
報告準則	2
讀者反饋	2
<b>有關百威亞太</b>	<b>3</b>
首屈一指的泛亞啤酒公司	3
百威亞太概覽	3
分享我們對啤酒的熱愛	4
我們的價值觀	4
<b>聯席主席報告</b>	<b>6</b>
<b>年度亮點</b>	<b>8</b>
對2019新型冠狀病毒病的應對措施	9
<b>百威亞太可持續發展</b>	<b>10</b>
可持續發展管治	11
利益相關者參與和重要性評估	12
支持聯合國可持續發展目標	16
<b>2025可持續發展目標</b>	<b>17</b>
氣候行動	19
守護水源	21
循環包裝	24
智慧農業	26
<b>創新</b>	<b>29</b>
<b>社區參與</b>	<b>32</b>
培養明智飲酒文化	33
道路安全	34
產品責任	35
社區工作	37
供應鏈管理	39
<b>夢想－人才－文化</b>	<b>41</b>
員工體驗	42
工作場所安全	46
多元化及包容性	47
<b>企業管治及商業道德</b>	<b>49</b>
商業行為守則	50
舉報政策	50
反賄賂及反腐敗	51
<b>環境、社會及管治表現數據表</b>	<b>53</b>
<b>獎項及倡議聯繫</b>	<b>56</b>
<b>釋義</b>	<b>58</b>
<b>附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引</b>	<b>61</b>

# 關於本報告

百威亞太控股有限公司（「我們」、「本公司」或「百威亞太」），一間於開曼群島註冊成立的有限公司，欣然向閣下提呈第二份環境、社會及管治報告（「本報告」），報告當中載述我們為邁向宏大的2025可持續發展目標與明智飲酒目標的進展，以及在環境、社會及管治不同範疇所施的努力。為更全面地了解我們就環境、社會及管治所施的努力，請將本報告與我們的2020年度報告一併閱讀，尤其是當中所載的企業管治報告。

## 報告期

除另行指明外，本報告涵蓋我們於2020財政年度（「本年度」，2020年1月1日至2020年12月31日）可持續發展方面的進展及表現。

## 報告範圍

除另行指明外，本報告的報告範圍與百威亞太及其所有子公司的2020年度報告相同，主要涵蓋我們在中國、韓國、印度及越南的環境、社會及管治措施。本報告編製的基準為香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）證券上市規則附錄二十七所載的環境、社會及管治報告指引（「指引」）中規定的「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」報告原則。

## 報告準則

本報告遵循指引的披露要求。《環境、社會及管治報告指引》的內容索引載於附錄一。

## 讀者反饋

閣下可到訪我們的網站([www.budweiserapac.com](http://www.budweiserapac.com))或香港聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))下載我們的2020年度報告。歡迎對本報告及我們的可持續發展表現提出建議、意見及問題。有關對本公司的查詢，可直接發送至本公司投資者關係團隊的電子郵箱([IR@budweiserapac.com](mailto:IR@budweiserapac.com))。

# 有關百威亞太



## 首屈一指的泛亞啤酒公司

於2019年9月30日，百威亞太於聯交所上市，股份代號為1876—即百威初次釀造的年份。身為AB InBev Group 旗下公司，我們擁有逾600年釀造歷史，現正於亞洲寫下新一頁，致力再創逾百年輝煌。我們受歡迎的品牌組合、優秀人才、營運效率、規模、最先進的設施及強大的營銷途徑，使我們具備長遠發展及競爭的優勢。

## 百威亞太概覽



超過35

國家／地區



~26,000

員工



超過50

品牌



員工涵蓋

20+

國籍



52

間釀酒廠



39%

員工為女性



53

個經銷中心

## 分享我們對啤酒的熱愛

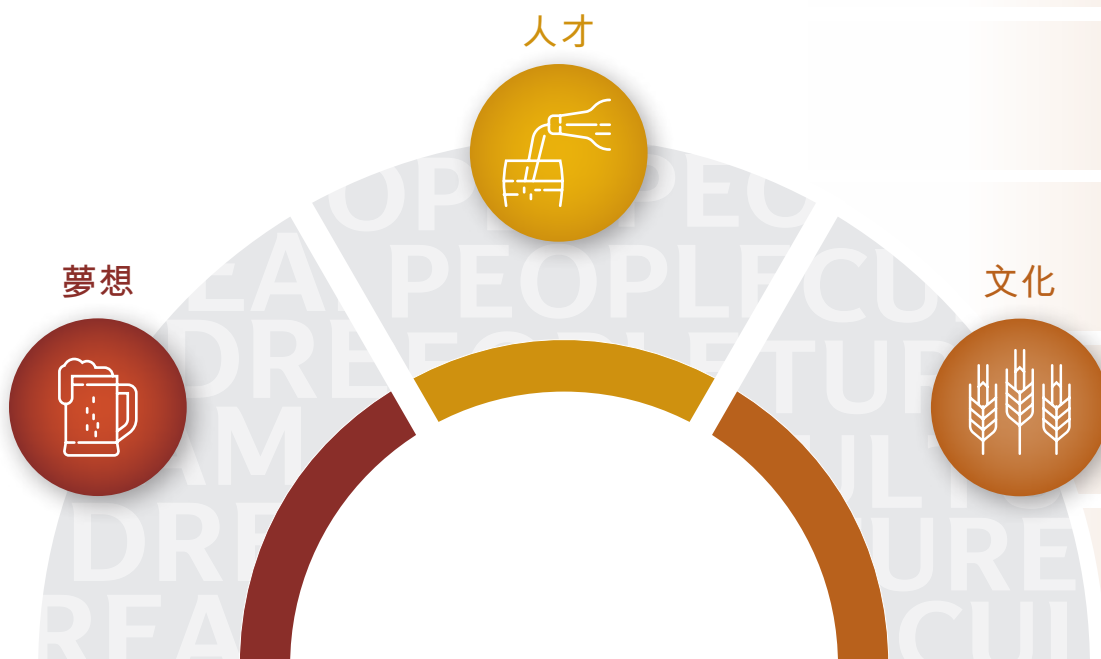
我們為亞太地區最大的啤酒公司。我們生產、進口、推廣和經銷全球知名品牌，包括百威、時代、科羅娜等，以及比利時的福佳、韓國的凱獅、印度的Haywards及中國的哈爾濱等，包括多個國家的本地品牌。除此以外，我們亦生產、推廣、經銷和出售其他非啤酒類飲品。

我們的業務主要位於中國、南韓、印度、越南和其他亞太地區。

## 我們的價值觀

我們一切均源於我們「攜手你我，釀造更美好世界」的宗旨。因為在釀酒業行事中，健康環境和繁榮社區均為可持續業務的關鍵要素，我們為此致力為環境和我們的社區釀造最好的啤酒。我們認為可持續發展為我們業務的核心。

我們的宗旨源於十大原則，而每項原則均建基於主人翁精神，不拘小節、誠信、透明和任人唯賢之上。



**1 我們夢想遠大。** 我們正在建設一家實現盈利，不斷成長的公司。

**2 優秀員工是我們最寶貴的資產。**  
我們必須以人為本、人盡其才、獎勵優秀。優秀員工可以達成業績並擁抱轉型。

**3 我們必須挑選、發展和保留能比自己更優秀的人才。**  
我們依據團隊的素質和多元性來評判領導力。

**4 我們都是百威主人翁。** 主人翁主動承擔結果並以身作則。

**5 從不滿足於取得成果。** 我們擁抱變化，勇於承擔風險，從錯誤中吸取經驗教訓。

**6 消費者至上。** 我們要緊跟消費者的步伐，因為那裡孕育著增長機會。

**7 我們力爭為客戶提供一流的服務與合作。** 他們是我們與消費者之間的橋樑。

**8 我們堅信常識和簡單化。**  
時刻將客戶和消費者放在心上，在工作中貫徹卓越運營和提升效率。

**9 我們嚴格控制成本，將有限資源支持高收益的銷售收入增長。開源節流。**

**10 我們不投機取巧。**  
誠信踏實、勤勉努力、品質如一和勇於擔當是我們構建企業及其聲譽的關鍵所在。

# 聯席主席報告

致所有利益相關者：

2019冠狀病毒病的爆發使我們面臨前所未有的挑戰。疫情不但影響了我們的運營，更衝擊了社會以及大部分人的工作及生活模式。百威亞太在確保運營團隊的安全方面不遺餘力，並更進一步幫助我們身處的社會。我們設立了危機管理小組密切監察疫情的發展，亦與所有業務市場緊密聯繫，為我們員工的健康和福祉作出及時和堅定的決策。我們更積極地與主要的業務夥伴如當地種植者溝通及提供協助，保障他們的健康、安全及商業可持續性。疫情帶來的短期衝擊及不確定性使我們更專注於對利益相關者的長遠承諾，如我們的2025可持續發展目標、明智飲酒文化行動和多元化及包容性活動等，加強百威亞太未來業務的適應力。

氣候變化為百威亞太整個價值鏈帶來重大的影響。我們在達至我們2025年前減少25%碳排放量及購買100%可再生電能的目標上取得穩定的進展，其中最大的亮點為我們在中國資陽的釀酒廠。我們的資陽釀酒廠是第一個在中國啤酒行業實現在廠房採用100%可再生電能的公司，亦為我們未來的廠房訂立基準。在越南，我們擴大了兩家釀酒廠現場太陽能發電項目的產能，以覆蓋30%的電力消耗量。我們亦於中國配置了216輛使用替代能源的汽車，其中5輛為最新的氫動力卡車。百威亞太致力使我們的物流車隊更加環保，減少在運送貨物時的碳排放量。

水資源對百威亞太的業務極為重要，因為沒有水就不能生產啤酒。我們專注推動改善面對高度缺水社區的水資源供應及水質。我們已繼續與印度的合作夥伴共同識別與水源壓力相關的問題。在當地，我們已為高度缺水的水域補充了超過一千萬百升的地下水。自2017年起，我們在推動用水效率方面的努力已為我們的運營減少了17%每百升啤酒生產的用水比例至2.47百升。

此外，我們將繼續按照減少使用、重用資源、回收再造及重新思考的策略，逐步達成我們2025年使用100%可回收包裝或從可回收物料製成的包裝的目標。在韓國，凱獅已成為行內第一家公司使用從100%回收物料製成的紙箱。此外，我們更減少了用於凱獅罐裝啤酒包裝的塑料，使我們每年節省近100噸塑膠原料。本年度，我們有53.3%的產品為可回收包裝，而有主要包裝物中包含46.3%的循環回收材料。

在智慧農業方面，我們的目標是2025年前100%的簽約種植者具備相關技能，實現互聯互通，並提升財政能力。截止本財政年度，我們的直接種植者中92%技藝嫻熟、100%溝通順暢及83%擁有強大財政能力<sup>1</sup>。我們不斷提高對自己的要求並致力籍更多的措施影響我們的供應商。在2019冠狀病毒病疫情期間，我們在印度的農業發展團隊與當地種植者以數字方式緊密合作，以維持大麥的質量。即使在此艱難的時候，我們仍超出預期地採購了高達4,000噸的大麥。

<sup>1</sup> 在我們的「智慧農業」目標下，「技藝嫻熟」是指我們能獲得優質的大麥品種及技術訓練的直接種植者數量，「溝通順暢」是指我們能獲取有關最新市場價格、最佳耕作慣例及健康與安全的資訊的直接種植者數量，「擁有強大財政能力」是指我們協助發展業務及提供適當的財務工具的直接種植者數量。



我們的「Accelerator 100+計劃」透過與當地初創公司的夥伴關係以達指我們的可持續發展目標。我們與Ecopackers合作利用農業副產品開發100%可自然分解的生態樹脂，用以取代啤酒桶的傳統塑膠蓋。我們亦與錫山家居科技有限公司合作試行採用農業副產品稻殼來設計我們上海辦公室的可持續發展會議室及溫州釀酒廠。錫山家居為我們提供了閉環管理解決方案，幫助我們於運營中應用循環經濟及協助我們的供應商減少燃燒剩餘稻殼及其碳排放量。

我們相信飲酒理應是一種正面的體驗，而有害的酒精使用習慣不但為我們的消費者帶來負面影響，更會打擊我們的業務。我們支持由世界衛生組織倡導於2025年前把全球有害使用酒精數目減少10%的目標，以及由聯合國訂立以加強防禦各國有害使用酒精的一系列永續發展目標。在2019冠狀病毒病疫情期間，我們堅持在主要市場以現場或線上方式舉辦年度明智飲酒活動，以透過廣大傳媒及社交媒體的影響力遏止酗酒。

我們在不同市場促進及培育職場多元性及包容性上取得重大進展。截止本財政年度，我們的員工團隊由20多個國家所組成，其中有39%是女性。我們成立了由首席執行官和首席人事官共同主持的多元化及包容性委員會。該委員會不但提供一個以高層領導為首的中央平台以宣揚提倡多元化及包容性，並且給予當地領導實踐及知識分享機會。

我們竭力達至最嚴謹的企業管治水平，以維護利益相關者的最大利益。在防止、辨識及處理違規行為這方面，我們不但制定了一套合符當地及國際標準的內部政策，也擁有一個完善穩健的合規架構。我們也開發了人工智能演算法以辨識高風險的潛在交易。我們透過這些政策及系統，以及憑藉董事會成員的豐富經驗，建立一個嚴格有效的監管制度。

2020年的艱巨並沒有令我們卻步，我們反而在安全負責的情況下與消費者保持聯繫及支援當地社區。透過創新的解決方案及堅定不移的努力，我們的團隊將繼續與當地利益相關者合作以促進未來的可持續發展。我們期望繼續在將來的可持續發展路上作出貢獻及正面影響，矢志為未來百年及以後創造一個更美好的世界。



**Carlos Brito**  
董事會聯席主席



**楊克**  
首席執行官兼  
董事會聯席主席

# 年度亮點

## 氣候行動



在整個價值鏈中，與我們的基準年2017年相比，減少**10.2%** 千克二氧化碳當量／百升

在中國設置**5**輛氫動力卡車，成為AB InBev Group全球網絡中的**先驅**。

配置**216**輛新能源汽車



在位於中國資陽的釀酒廠採用**100%**可再生電能，成為中國國內啤酒首家實現此目標的啤酒公司。



## 智慧農業



在疫情期間全力支持印度

**1,224**位種植者，並超額完成其大麥目標

我們的種植者中**92%**技藝嫻熟，**100%**溝通順暢，**83%**擁有強大經濟能力。

## 創新

### 100+ ACCELERATOR計劃



亞太兩大試點：**ECOPACKERS**：與我們的供應商一同開發**生態樹脂**以替代塑料



**錫山家居**：將農業副產品稻殼和其他副產品製作給我們位於

上海辦公室和溫州釀酒廠的**可持續發展會議室**中的家具和地板



## 守護水源

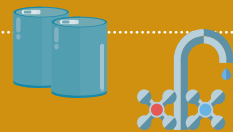
在印度的高度缺水流域回饋逾**1千萬**百升的累積補水



將我們的用水效率比率降至

**2.47**百升／百升  
(與2017年基準年相比降低17%)

向有需要的社區分送約**137萬**罐緊急飲用水



## 循環包裝



**53.3%**的產品使用可回收包裝

主要包裝物中包含**46.3%**的循環回收材料  
(**48.6%**為玻璃，**19.5%**為鋁罐)



## 社區參與

於年度內進行**超過64,135**小時的志願服務

共建**29**所希望小學



## 夢想 — 人才 — 文化



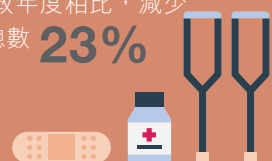
擁有**超過20**個國籍的員工



**39%**員工為女性

與2019財政年度相比，減少錄得工傷總數**23%**

為員工提供**23.4萬**小時的培訓



## 對2019新型冠狀病毒病的應對措施

在2019冠狀病毒病疫情期間，我們採取多項措施來保障員工的健康和福祉，維持我們業務的可持續性，並向當地社區提供援助。疫情爆發時，專責的危機管理團隊監控當地情況、政策變化和其他舉措，並進行跨地區交流以共享最佳實踐。我們使用線上平台為同事建立健康監察機制，並定期傳達公司指引和協議。我們為同事購買並提供防護設備及消毒劑。通過採取強而有力和嚴格的措施，估我們於亞太地區最大市場的中國業務更達到零冠狀病毒病確診。

我們亦通過企業社會責任舉措就當地社區的需求做出貢獻。在中國，我們捐贈價值約1,100萬元人民幣的捐款和資源以抗擊2019冠狀病毒病，當中包括為一線人員提供醫療用品以及為當地社區提供財政支持和清潔飲用水。我們的財務支援包括為在前線工作的醫生、護士和其他志願者購買保險，並為接受檢疫隔離的人士提供食物和水。我們亦為防護設備，改善社區公共衛生設施和加強公共衛生教育提供資金。



在韓國，我們向韓國紅十字會大邱分會提供捐款並捐贈口罩和消毒洗手液。我們在2月向韓國救災協會捐贈8,970瓶的水，並分發給隔離期間受供水影響的人士。



在印度，我們利用Budweiser x Home和#ONETEAM活動籌集資金，以支持因2019冠狀病毒病疫情受到嚴重影響的人士，同時亦為醫護人員提供醫療用品。從4月到8月，我們與州政府、當地政府和社區合作，向馬哈拉施特拉邦、德里、卡納塔克邦、北方邦、特蘭甘納邦和哈里亞納邦的前線醫護人員捐贈了大約75,000升消毒劑、25,000個口罩和3,750套個人防護設備。



在越南，我們發起Beck's Ice “My Home, My Stage”線上說唱競賽活動，在2019冠狀病毒病疫情期間加強傳達正面的信息。我們向接受檢疫隔離的人士捐贈淨化水。



2019冠狀病毒病帶來的挑戰進一步證實在可持續發展比以往更為重要。在逆境中，有應對能力的業務則為可持續的業務。在努力創建更美好的世界和更可持續的未來時，我們在困境中仍堅守與社區有效地互合作。

# 百威亞太可持續發展

---

11頁 可持續發展管治

12頁 利益相關者參與和重要性評估

16頁 支持聯合國可持續發展目標

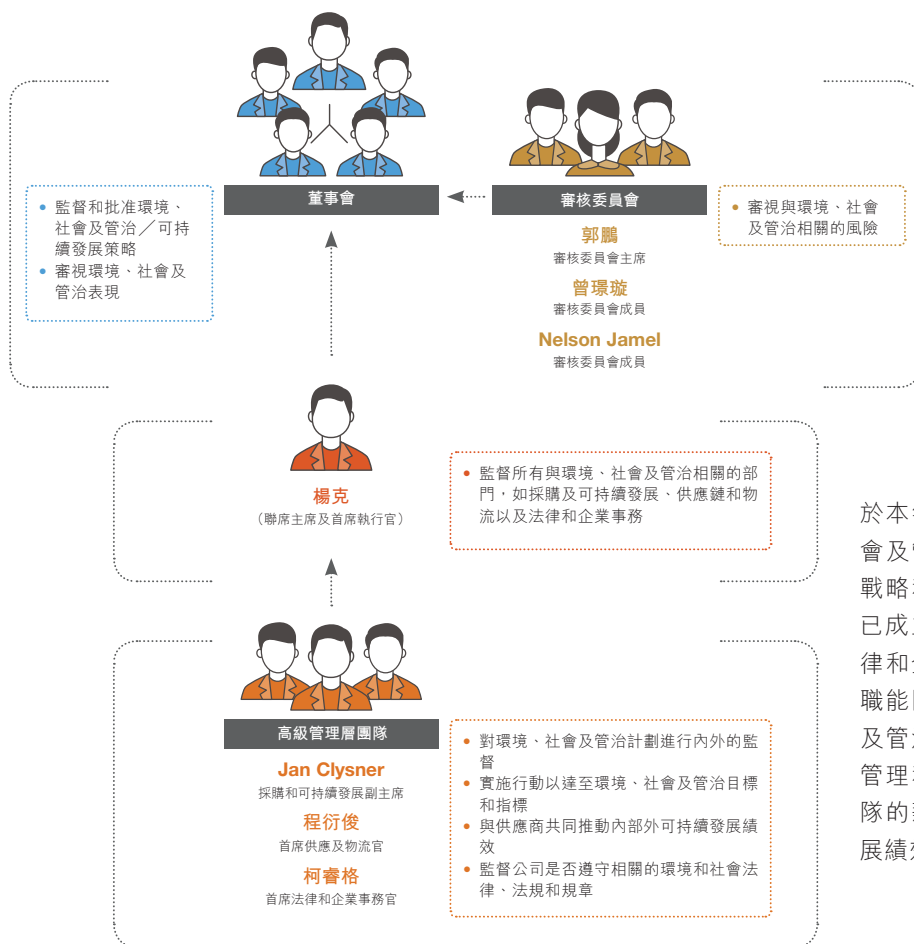
# 百威亞太可持續發展

## 可持續發展管治

我們都是百威主人翁。我們的運作持著高水平的問責性，並對我們就管理業務有著長遠的看法。為實現「攜手你我，釀造更美好世界」的宗旨，我們在監督系統下明確分辨職責，以將可持續發展納入我們所有部門的業務和運營當中。有關我們董事會成員風險管理背景和經驗的更多詳細信息以及有關我們風險管理以及內部控制的流程和政策，請分別參閱我們2020年度報告中所載的**董事及高級管理層**章節及當中所載的**企業管治報告內風險管理和內部控制**章節。

## 可持續發展管理

我們的高級管理層團隊負責確保我們業務的長遠可持續發展。



## 董事會監督

董事會負責監督和批准公司的長期目標和整體策略。它監督公司的可持續發展活動和績效，確保建立適當的風險管理和內部控制系統，並遵守法律及法規。

可持續發展為我們的業務的所在，我們亦將其加入到董事會的討論和決策過程中。董事會於每季度或按需要審核與可持續發展相關的問題和績效，並批准戰策略和實施的方案。審核委員會透過審查和分析由高級管理層準備的季度報告環境、社會及管治數據並提供相對的建議，從而向董事會彙報更新。董事會在本年度討論的主要環境、社會及管治主題包括2025年可持續發展目標、氣候變化以及其對亞太地區各市場供應鏈的潛在影響。

於本年度內，我們評估並重塑環境、社會及管治因素在公司的企業文化、業務戰略和高管薪酬計劃中的融合。我們亦已成立一個由可持續發展及採購以及法律和企業事務團隊主要成員所領導的跨職能團隊，通過識別和強化環境、社會及管治方面的意識、實踐和政策，從而管理和不斷改善可持續發展績效。該團隊的薪酬部分基於公司的整體可持續發展績效。

## 利益相關者參與和重要性評估

### 與利益相關者接觸

利益相關者的反饋為我們的優先事項提供了寶貴的見解，對於我們更好地滿足他們不斷發展的需求至關重要。我們通過多種渠道吸引對啤酒有著共同愛好的利益相關者，包括同事、客戶和消費者、供應商、業務合作夥伴、股東和社區，以更好地了解他們的期望、優先事項和觀點。

### 員工

優秀員工是我們最寶貴的資產。我們的員工富好奇、膽色和有應對能力。我們挑選、發展和保留那些有潛質成長為比自己更優秀的人才。

#### 主要目標

- 促進僱用多樣性並支持來自不同背景的同事
- 保障同事的職業健康和工作安全
- 培養將推動未來增長的商業領袖

#### 主要接觸形式

- 年度績效評估
- 員工活動和可持續發展活動
- 內聯網和官方網站
- 志願服務活動

### 客戶

我們與尊貴的零售商、酒吧老闆、批發商和分銷商合作，將啤酒帶給我們的消費者。

#### 主要目標

- 提供一流的服務，並追求品牌在交易及非交易狀態下的仍有非凡表現

#### 主要接觸形式

- 客戶服務
- 關於產品的重要聲明
- 各社交媒體網站
- 可持續發展活動

### 消費者

消費者至上。  
啤酒讓人聚集一起慶祝生活。

#### 主要目標

- 以負責任的方式提供最優質的產品和有意義的品牌體驗

#### 主要接觸形式

- 關於產品的重要聲明
- 各社交媒體網站
- 可持續發展活動

## 社區

我們與我們生活和工作的社區緊密相連。

### 主要目標

- 努力為這些社區中的重要可持續發展問題帶來積極貢獻，例如明智飲酒文化和道路安全
- 集中應對我們可成為解決方案一部分而可最造成正面影響的事宜

### 主要接觸形式

- 就我們全球明智飲酒目標的倡議
- 支持社區的活動

## 股東

我們重視股東的信任，並不斷努力達至正面成績。我們致力創造價值並實現既持續又具盈利的增長。

### 主要目標

- 實現企業價值的持續增長
- 提供及時和適當的披露

### 主要接觸形式

- 年度和中期報告
- 股東大會和財務業績報告
- 投資者與投資者關係的個別會議
- 官方網站向投資者披露信息

## 供應商

建位關係對於我們的運營至為重要，尤其是與供應商的關係。相互合作為創建具有應對能力的供應鏈之關鍵，並從中帶來價值與有助實現我們的2025年可持續發展目標。

### 主要目標

- 根據取《負責任採購政策》實施適當、透明和公平的採購慣例
- 審查採購慣例是否與環境和社會相協調（包括勞工和人權問題）

### 主要接觸形式

- 供應商評估
- 供應商會議
- 夥伴關係

## 合作夥伴

我們意識到，沒有任何一個組織可以獨自解決當今面臨的全球挑戰。有效的夥伴關係對於應對當今和未來緊迫的挑戰至為重要，而私營部門必須擔當積極的角色。

### 主要目標

- 與不同的組織合作以應對當今最緊迫的挑戰

### 主要接觸形式

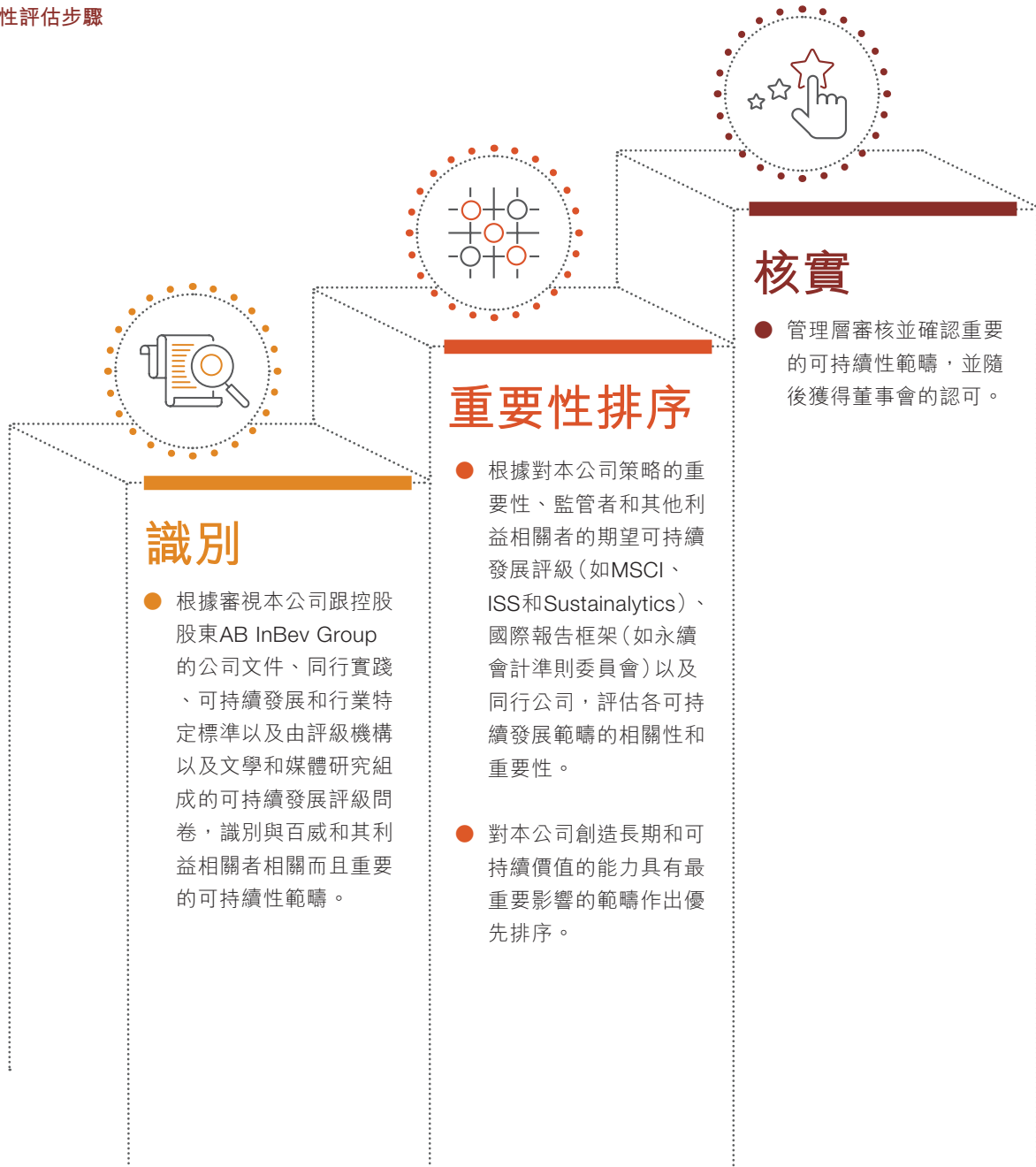
- 合作與夥伴關係

## 我們重要可持續發展範疇

可持續發展植根於我們所有的運營和工作之中。我們努力融合變化萬千的市場格局以及利益相關者的期望，從而使我們的策略和舉措可持續地應對或會影響我們的業務和利益相關者的重要議題。

在年度內，我們進行重要性評估，通過三個步驟識別與業務最相關的關鍵議題。

### 重要性評估步驟





確定的重要議題與本公司的價值觀和目前優先領域保持一致。我們旨在於本報告各個相應章節中重點披露以下議題：



## 支持聯合國可持續發展目標

我們支持聯合國的可持續發展目標及其2030年可持續發展議程。我們正努力透過我們的2025年可持續發展目標、明智飲酒目標、道路安全舉措、志願計劃和救災工作支持當中許多的目標。我們將繼續致力及專注於利用我們的規模和合作夥伴關係，為這些目標帶來既有意義又正面的影響。

## 根據聯合國可持續發展目標繪製我們的價值鏈

我們對全球的影響力以及與當地社區緊密的聯繫使我們能夠在建立繁榮的社區、更健康的環境和具應變能力的價值鏈的同時，亦支持聯合國可持續發展目標。以下圖表說明我們的價值鏈如何與聯合國可持續發展目標保持一致。



## 啤酒的生命週期：

百威亞太對聯合國可持續發展目標的貢獻



# 2025 可持續發展目標

19頁 氣候行動

21頁 守護水源

24頁 循環包裝

26頁 智慧農業



# 2025可持續發展目標

我們決心長久經營百威亞太，而我們只有在健康的環境和繁榮的社區中才能做到這一點。我們堅定不移地為所有利益相關者創造更美好的世界，同時亦為自身的業務創造價值。因此，我們必須共同應對全球面臨的環境和社會挑戰。我們的2025可持續發展目標與聯合國可持續發展目標保持一致，為我們提供了明確的策略及為環境和我們的社區創造可衡量的正面影響。



## 智慧農業

100%的直接種植者技術嫻熟，溝通順暢，並擁有強大的經濟能力。



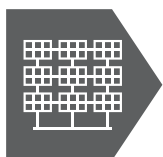
## 守護水源

在用水度缺水地區，100%的社區在水資源供應及水質方面取得明顯的改善。



## 循環包裝

100%產品的包裝可回收，或採用大部分為回收材料的包裝。



## 氣候行動

所購電力100%來自可再生能源；整個價值鏈的碳排放減少25%

## 環境政策

我們已經制定了**環境政策**，闡明我們在減少運營過程中的環境影響的承諾和方法。環境政策已獲得我們管理層和首席執行官的批准，並會定期進行審閱。

## 環境管理體系

作為AB InBev Group的一分子，我們在所有業務運營中實施了工廠最優化管理（「**VPO**」）的全球管理系統。鑑於VPO完善及目標為本的優點，此系統亦被其他管理系統標準所應用，從而在AB InBev Group生態系統內營造持續改進和賦能的文化。VPO為一項低成本高效益的計劃，旨在為我們帶來更高效和標準化的釀造運營過程。此系統著重於七個支柱，包括：管理、人員、安全、質量、維修、物流和環境。

VPO的環境支柱包含與合規、生物處理系統管理、自然資源管理、化學品管理和環境培訓相關的問題。VPO中的指引概述了保護環境的職責和過程、關鍵環境指標的考核和目標評估。我們使用此一體化框架來對我們的用水和能源使用進行基準測試、量化表現差距、辨識並提倡最佳慣例，以便更好地監測我們持續的改進工作。我們還具有與環境管理議題有關的內部和外部溝通的報告程序。

## VPO的角色和職責

- 在亞太地區層面，由亞太地區的首席供應及物流官負責該計劃。亞太地區VPO委員會成員包括首席供應及物流官、人事供應總監、區域釀酒廠支援副總裁以及亞太地區不同職能部門的負責人。此外，每個支柱都有指定的負責人。
- 在釀酒廠層面，由工廠經理負責實施VPO

VPO亦包含全面的學習模塊，以幫助我們的同事實施VPO。培訓因不同的人員及團隊而異，包括操作員、承包商和訪客。

每年，我們都會進行內部VPO審閱以檢查執行情況，並會每年召開一次策略會議以評估進度並制定糾正措施，以確保持續改善。通過不斷評估我們的VPO，我們可以專注於提高我們的環境表現和減少我們的整體環境足跡。

## 氣候行動

氣候變化對我們的業務及我們所生活和工作的社區帶來長期和重大的負面影響。隨著全球氣溫提升和極端天氣事件增加，氣候變化將對農業生產力造成負面影響，並可能對我們的設施造成實質損害。此外，我們亦意識到有關氣候變化的過渡風險，包括監管變化、技術、市場和聲譽影響。

我們了解到根據最佳慣例制定策略對應對氣候變化風險及減輕與我們業務運營相關影響的重要性。所有的氣候風險都會在我們的運營以及董事會層面進行討論。我們致力通過履行AB InBev Group設定的「科學基礎目標」來建立氣候應對能力，以將我們的排放量與聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)提出的建議保持一致，限制全球升溫停留在1.5°C以內。我們的2025可持續發展目標是將我們採購的電力將100%來自可再生能源，並減少整個價值鏈中25%的碳排放量。



## 我們的目標

### 2025可持續發展目標：

- 所購電力100%來自可再生能源；整個價值鏈的碳排放將較2017年基準年數據減少25%

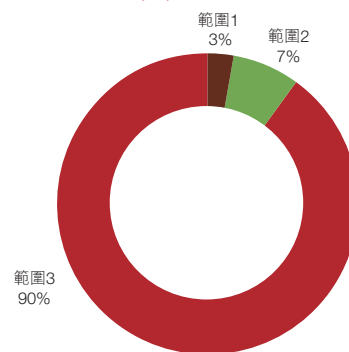
### 2020年我們在亞太地區的成績：

- 在亞太地區，我們採購的電力有**14.2%**來自可再生來源。
- 與2017年基準年相比，整個價值鏈的排放量減少**12.7%**，排放量強度（每百升千克二氧化碳當量）減少了**10.2%**。

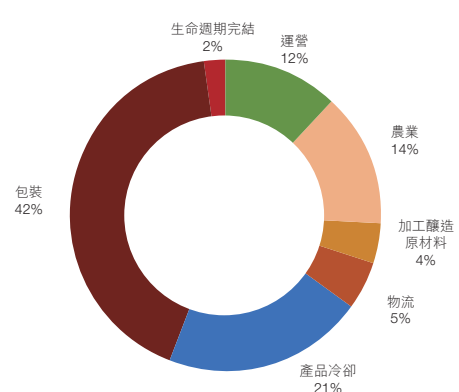
## 我們的方法

### 我們的碳足跡

按範圍1, 2, 3分類的碳排放量



按運營類別分類的碳排放量



## 2025可持續發展目標

我們擁有自己的碳審計工具以追蹤範圍1、2和3的溫室氣體排放量，並會每季度更新一次。我們還會進行第三方數據審核，而這些數據每年都會AB InBev Group級別進行全球整理。為管理我們的溫室氣體風險，我們與供應鏈及企業事務團隊和外部合作夥伴（如非政府組織）緊密聯繫。由於範圍3的溫室氣體佔排放的90%，我們亦會與供應商共同合作。

### 來自可再生來源的外購電力

我們力求在可行的情況下安裝場內可再生能源設施，但購買場外可再生電力是我們確保實現100%可再生能源目標的策略中相當重要的部分。由於許多市場仍存在不同政策和基礎設施方面的限制，因此我們與不同的夥伴和地方政府合作，制定合適的政策支持可再生電能。

在中國，我們的資陽釀酒廠已採用100%可再生電能，並且是中國啤酒行業中首家實現此目標的公司。在越南，我們擴大了兩個釀酒廠內的太陽能項目的產能，覆蓋釀酒廠近30%的電力消耗量。我們至今在10家釀酒廠安裝了太陽能板（中國7家，越南2家，印度1家）。在整個地區，我們在印度有一個場外太陽能發電場。在2020年，我們於亞太區購買的可再生電能總量為8,260萬千瓦時。

### 減少溫室氣體排放機會：包裝物料

包裝材料佔我們總碳足跡的42%，對制定減少碳排放的策略而言十分重要。透過減輕我們的瓶子和鋁罐的重量並採購以大多數可回收成分製成的包裝材料來部分實現此目標。在中國，我們已開展鋁罐輕量化項目，從而節省了135噸鋁材。我們正嘗試對小型玻璃瓶進行輕量化。我們亦逐步促進在包裝中使用回收材料。更多有關資訊請參閱本報告中的「循環包裝」章節。

### 減少溫室氣體排放機會：產品冷卻

我們正利用我們的規模以尋找及安裝更高效能的冷卻器和冰櫃以及更環保的製冷劑。在中國，我們強制要求所有購入冷卻器必須具有能源效率標籤等級1，即最高能效的型號。同樣地，我們在印度採購的冷卻器比傳統的設備更節能。

### 減少溫室氣體排放機會：農業

我們與種植者緊密合作，通過農作物管理、品種改良和緩解風險的工具來建立應對能力，同時也探索農業能如何成為減少溫室氣體排放解決方案的一部分，特別是我們正建立一個可以分隔大氣中二氧化碳的土壤健康框架。更多有關資訊請參閱本報告中的「智能農業」章節。

### 減少溫室氣體排放機會：運營

除了購入可再生電力供釀酒廠使用外，我們亦採取不同的措施來提高生產和運營中的能源效率並減少碳排放。我們使用天然氣鍋爐取代燃煤鍋爐及安裝LED燈，並安裝了生物沼氣收集系統以回收生物沼氣並產生可在釀酒過程中重複使用的蒸汽。與2017年基準年相比，我們運營中的碳排放量減少了23%。

我們亦積極地教育供應商我們的2025可持續發展目標，並鼓勵他們實施低碳生產。在本年度內，我們有兩家玻璃瓶供應商對熔爐進行改造，以燃燒天然氣取代煤炭。

### 減少溫室氣體排放機會：物流

物流佔我們總碳足跡約5%，使運輸行業成為創新的可持續發展解決方案的主要來源。我們積極擁抱創新、探索實現綠色物流的新方案、採用新技術來推動減排，並推動潔淨能源的發展。我們亦會每年制定和審閱綠化物流方面的關鍵績效指標。

在過去幾年，我們一直在努力通過在中國部署替代能源車輛和電動叉車、增加卡車容量、縮短運送距離，以及由公路轉變為鐵路運輸來減少物流渠道中的二氧化碳排放量。

今年，我們在中國部署了216輛替代能源汽車，其中包括180輛液化天然氣卡車，31輛電動卡車，及新部署了5輛採用嶄新技術來減少碳排放的氫燃料電池卡車。我們亦宣布了一系列促進中國綠色物流發展的新舉措，並與運輸供應商簽署了新的協定。他們將致力於實現於2025年前使用50%以上的潔淨能源卡車的目標。



我們在中國的物流運營業務將減少40%，即86,841噸的碳排放量。

### 減少溫室氣體排放機會：配送中心

我們力求減少配送中心運營產生的碳排放量。在2020財政年度，我們已將100%的柴油叉車替換成電動叉車。

## 展望將來

隨著2019冠狀病毒病疫情爆發後經濟活動逐漸恢復，我們預計政策和結構的變化及創新將成為實現「綠色復甦」的關鍵。我們將繼續探索創新的解決方案和夥伴關係，以減少我們的溫室氣體排放量。我們相信，透過合作將有助進一步減少溫室氣體排放，並在未來幾年創造持久的價值。

## 守護水源

人口增長、經濟發展和氣候變化的綜合影響導致日益增加的全球缺水危機。水是我們所有產品的關鍵成分。清潔水源更是世界各地各個社區經濟、社會和環境福祉的關鍵資源。作為世界領先的釀酒商，我們的職責是努力確保我們的社區內有充足的食水及提升水質。

### 我們的目標

#### 2025可持續發展目標：

- 到2025年，在高度缺水地區，100%的社區在領土供應及水質方面取得明顯的改善。

#### 2020年我們在亞太地區的成績：

- 我們在亞太地區**100%**的站點均開展了地方推廣活動，確定了針對其社區的水源解決方案以及確認了適當的解決方案。
- 從2017年起，我們的釀酒廠減少了**17%**的用水量（百升／百升）

## 2025可持續發展目標



我們為我們整個業務制定了明確的用水效率目標，並為在面臨高水源壓力社區中的釀酒廠制定了更具野心的目標。我們利用內部數據管理體系VPO來進行日常監控和用水管理，並在公司中推廣最佳慣例。我們運營地區中的水資源挑戰日益嚴重，我們致力於成為解決方案的一部分。百威亞太每個在亞太地區的生產工廠都必須採取措施來提高用水效率。

### 我們的方法

#### 水源風險評估

在百威亞太地區，各個團隊負責定期審閱和更新我們的水源風險評估。我們的法律和企業事務團隊會審閱可能適用於每個機構的法規及其變更。亞太地區的供應團隊分析了每個釀酒廠的潛在風險。可持續發展團隊與當地非政府組織和其他當地合作夥伴保持緊密聯繫，以了解當地的風險並在特定的地點共同實施項目。

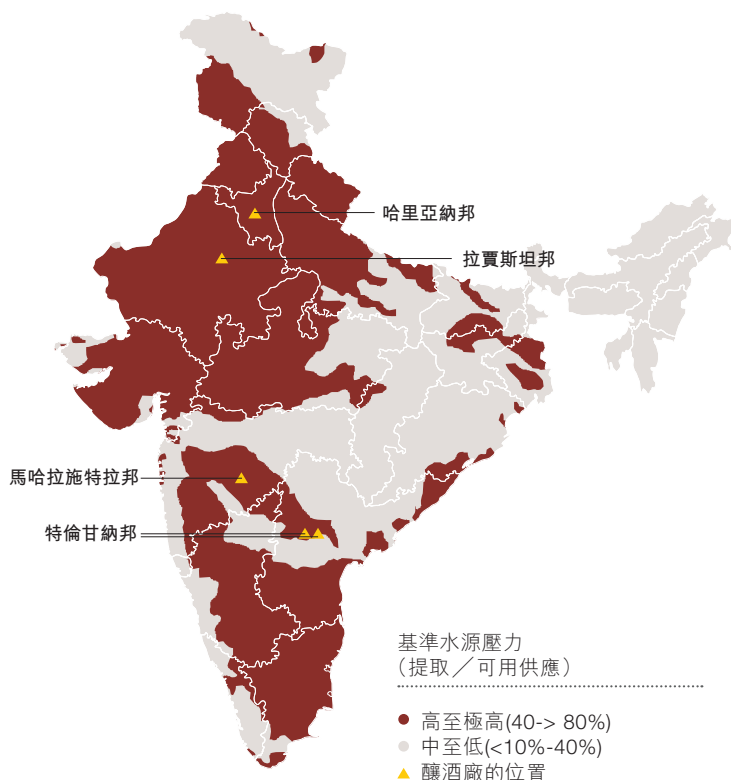
為應對當地的特定挑戰，我們在缺水地區的現場制訂並實施了七個全面的水域管理程序。





我們將每個釀酒廠分類為「極高風險」至「低風險」。目前為止，我們在整個亞太地區的運營中都沒有任何「極高風險」的站點，而在中國也沒有任何「高風險」的站點。

在印度四個高風險的地點或者五個釀酒廠在高風險地區，並努力改善這些釀酒廠周圍社區的水資源供應和水質。我們採取了與本地合作夥伴、政府和社區的協作方法，以創建一個完整且可持續的解決方案。截止本財政年度，我們在這些已辨識的地點已累計補充超過1000萬百升的地下水。



資料來源：參考Aqueduct世界資源研究所

## 了解我們的水源風險

我們定期根據短期和長期風險更新釀酒廠的水源風險評估。首先，我們使用Aqueduct世界資源研究所，然後使用AB InBev Group定制的水源風險工具來指導站點，以解決有關水資源供應、水質、監管壓力和聲譽風險的詳細問題。我們每年對每個設施進行一次深入評估，並與我們的主要內部利益相關者進行季度審閱，包括任何風險狀況中的變化。

### 為面臨水源壓力的水域創造可衡量的影響力

儘管現時並無單一的解決方案來應對水源的挑戰，我們仍然在高水源風險的社區中實現可衡量影響並繼續取得進展。我們針對改善為印度水源緊張地區的改善水源供應及水質的措施包括：

- 建設農場及農村池塘
- 興建補注井以增加補注的能力
- 安裝儲水池以收集用水（特別是於年內降雨量不穩定的印度）
- 為種植者提供改善灌溉慣例的培訓

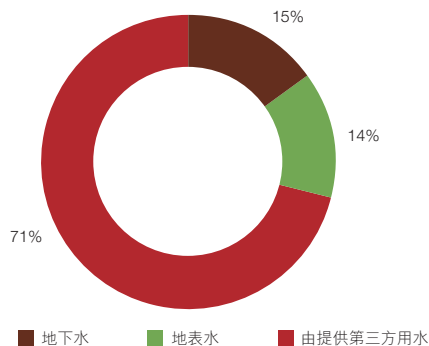
### 成功案例： 印度一體化的 水域管理方法



我們在印度有兩間位於泰倫迦納省桑格阿雷德德伊區的釀酒廠。除了其降雨多變性和大量徑流外，該地區正面臨低於平均水平的降水量以及最近的乾旱。我們與當地的利益相關者合作，如印度國際半乾旱熱帶作物研究中心、LetsEndorse、地下水委員會和其他地方政府，並通過幫助建立儲水結構（包括檢查水壩、井水補給基建、雨水收集結構和農場池塘），協助解決13條村莊的水資源短缺挑戰。我們還通過水土保育及不同管理舉措促進氣候智能農業。我們的目標是增加社區的供水，並增加地下含水層的補給，以便為家庭和灌溉提供足夠的用水並提高農業生產率和盈利能力。

#### 節水機會

按來源分類的釀酒廠耗水



我們在釀酒廠實施了節水措施以減少對地表水和地下水的依賴。例如在我們的金士百釀酒廠，我們投資了一套生物處理系統。該系統可以處理廢水，並將經處理後的水用於非生產目的，如抽水馬桶和冷卻塔，從而減少對淡水的需求。

我們正全面實施技術創新和程序改進措施，以減少釀酒廠的用水量。我們成功將用水強度降低到2.47百升／百

升（2020財政年度每百升啤酒用水量，較2017基準年減少17%）。我們還為處於高風險地區的釀酒廠制定了明確的目標，到2025年使水效率達到2.0百升／百升。

#### 展望將來

我們將繼續在面臨高水源壓力的當地社區開展工作，以實現我們有關顯著改善水源供應和水質的目標。我們亦會繼續探索合適的合作夥伴關係，並辨識和測試創新的解決方案，以提高我們的用水效率和外部水域計劃。

#### 循環包裝

##### 我們的目標

##### 2025可持續發展目標：

- 到2025年，100%產品的包裝可回收，或採用大部分為回收材料的包裝。

##### 2020年我們在亞太地區的成績：

- 我們**53.3%**的產品使用可回收包裝
- 主要包裝物中包含**46.3%**的循環回收材料（玻璃瓶48.6%，鋁罐19.5%）

我們有關循環包裝的重點是採購具有高回收含量的包裝材料、支持瓶子的回收和再用、包裝輕量化、倡導可回收解決方案，及教育消費者關於回收的重要性。

我們的《**廢物管理政策**》優先考慮避免重複消費和購買的原則，它指導我們選擇可持續的替代品及正確地重用和處置物料，以最大程度地減少我們整個運營過程中產生的廢物。

我們在產品的研究和設計過程中考慮循環設計和環境的因素。我們亦建立了回收率和廢物指數的關鍵指標，以減少固體廢物並提高回收率。每年我們都有一個「冠軍」計劃來分享、討論和新增能減少或重用固體廢物的計劃。

為達致我們的循環包裝理念，我們制定並跟從以下的策略：

- 減少使用 — 盡可能使用最少的物料
- 重用資源 — 為我們的啤酒使用可回收的包裝，如回收瓶及小桶
- 回收再造 — 增加由回收材料製成的包裝材料的比例
- 重新思考 — 挑戰現狀並在我們的方法中更具創新

## 我們的方法

### 減少使用

我們與供應商緊密合作，致力於減輕我們每個市場的瓶子和罐的重量。在中國，我們減少了我們300毫升鋁罐的重量，減低了136.9噸的鋁材料用量。而用於凱獅罐裝啤酒包裝的塑料收縮膜（355毫升，500毫升）的重量也變得更輕。隨著Cass罐裝啤酒的薄膜包裝厚度的顯著減少，塑料薄膜的使用量每年將減少96噸。

### 重用資源

我們將繼續努力設計可回收的瓶子。如果能將消費後的瓶子退回並重新引入生產線，我們能節省生產成本並減少碳排放，無論對我們的業務或環境都有利。

可回收瓶是可持續的選擇並具有商業意義。在可能的情況下，我們嘗試將單向使用的啤酒瓶轉換為可回收的玻璃瓶。在亞太地區，我們有53.3%的啤酒採用可回收包裝製成，我們將繼續與每個市場的收集商緊密合作，將啤酒瓶帶回給我們，並以最有效的方式進行再利用。

在韓國，OBC的仁川釀酒廠獲得環境部頒授的「2019年回收空瓶的最佳實踐」大獎。一般來說，消費後空瓶回收是從空瓶經銷商到商店再到釀酒廠。新回收途徑跳過了商店，使空瓶經銷商可以選擇直接將空瓶退回啤酒廠。由於釀酒廠直接支付運輸費用，增加了空瓶的返還量及提高了回收率。



### 回收再造

本年度，我們推出了使用100%可回收材料的瓦通紙箱來承載Cass 500毫升瓶裝啤酒，是首次在酒業中應用。

我們致力改善及延長我們生產的啤酒罐生命週期。在「中國鋁包裝可持續發展高峰論壇」中，我們與在上海交易所上市(600219)的山東南山鋁業股份有限公司的子公司及在深圳交易所上市(2701)的奧瑞金科技股份有限公司合作主持了一個名為「閉環」的試點項目，研究如何最大地使用在生產時回收的鋁材料。因此，我們在本年度一共回收了大約18,960噸的鋁材轉化為可用的鋁卷，並在亞太區的鋁罐使用19.5%回收物料。

## 2025可持續發展目標

### 重新思考

我們將繼續創新並重新思考教育消費者有關回收的方法。在韓國，我們與韓國綠色基金和Novelis韓國合作，在社交媒體上舉辦了「2020 Can Crush Challenge」活動。這是一項針對公眾的環保運動，其中，挑戰者在Instagram上拍攝自己踩踏或壓扁鋁罐的視頻或照片，然後將三個用戶標記為下一個挑戰者。OBC首席執行官在OBC的官方社交媒體帳戶上發起了此挑戰，並很快成功吸引了包括演員和歌手在內的網民的積極參與。為了提高公眾的環保意識並為社區作出貢獻，OBC與一家社創組織Cclim合作，為每個社交媒體帖子捐贈了1000韓元，以支持收集和出售廢棄物的老年人。



### 展望將來

我們將繼續尋求與各利益相關者的合作，以推動實現我們的目標，令我們的產品100%可回收或使用由大多數回收成分製成的包裝。我們將繼續試行不同計劃和舉措並與當地社區合作，提倡循環經濟和系統轉型。

### 智慧農業



異常和極端天氣事件正威脅著農作物的質量和生產。無論是收成季節的降雨還是關鍵時期的乾旱，氣候變化都會繼續增加具潛在破壞性的天氣事件的強度和頻率，對我們業務造成影響。因此，與我們的農業社區合作以幫助他們保持高水平的生產力和盈利能力非常重要。

### 我們的目標

#### 2025可持續發展目標：

- 到2025年，100%的直接種植者技術嫺熟，溝通順暢，並擁有強大的經濟能力。

#### 2020年我們在亞太地區的成績：

- 截至2020年，我們的直接種植者中**92%**技藝嫺熟，**100%**溝通順暢，**83%**擁有強大經濟能力。

通過改進的育種和農作物管理方法以提高種植者的適應能力及減少生產上的變化一直都是並將繼續成為我們研究和農學團隊的重點。我們正在努力運用「技藝嫺熟、溝通順暢及擁有強大經濟能力」框架來支持種植者採用他們需要的方法和工具以應對他們在當地環境中面臨的挑戰，從而提高他們的適應力和長期可持續性。

我們認為研究、知識、技術和融資是大規模改變農業的關鍵。我們利用專有技術來促進農業發展，並通過產量、資源效率、土壤健康和小農收入來衡量我們的影響。

## 我們的方法

### 農業數字化

在印度，2019冠狀病毒病疫情期間我們的農業發展團隊為1,224位種植者提供了支持。這部分是通過使我們的供應鏈數字化，特別是藉助KisanHub平台而實現的。該平台使我們的現場團隊能夠以數字方式記錄數據，以及在種植者之間部署實時作物管理協議。我們還可以記錄農作物的生長方式，並及時向種植者發送有關農作物、天氣狀況和相關政府舉措的信息。該平台幫助我們與種植者保持聯繫，為他們提供有關如何最好地存儲穀物的建議，並告知我們的採購決定。

 **92%**

的種植者能獲得優質的大麥品種及技術訓練

 **100%**

的種植者能獲取有關最新市場價格、最佳耕作慣例，以及健康與安全的資訊

 **83%**

的種植者擁有有強大的經濟能力

### 合作取得長期成功

我們致力通過與眾多合作夥伴的合作來促進可持續轉型。

在中國，我們加強了與東部省市現代農業的先驅江蘇農墾的合作夥伴關係，為中國的大麥麥芽生產行業啟動了新一輪的發展。此合作採用了一種新的三方合作關係，其中將大麥種植者作為主要的簽約方，令他們從而能在經濟能力上受惠。這種新模式通過為當地種植者提供穩

定的租賃收入和勞動報酬，增加他們的收入並促進了當地經濟的可持續發展。隨著將農地轉移到農村土地流轉政策下進行統一管理，合作將進一步推動當地大麥種植的標準化，最大地提高當地大麥的種植效率和土地價值。

通過合作，百威亞太承諾收購25,000噸大麥，覆蓋3,000公頃耕地及令5,000戶當地小農戶受惠。



我們在中國的「本地大麥種植」計劃獲得了  
2020年由上海慈善基金會和SMG頒授的  
「傑出管知－特別貢獻獎」

「百威亞太一直將種植者放在我們策略的中心。我們投資於農業和農田層面上的指導工作，從而改善種植者的耕作方式、減少環境影響、增加他們的生產力及確保他們能生產優質的原材料。此舉能確保優質的大麥供應，而釀造最佳的啤酒需要優質的原材料。」

**Diane Wauters**

可持續發展及農業發展總監

### 生物多樣性計劃

我們正在與合作夥伴合作，以更好地整合整個供應鏈中的生物多樣性策略。特別是在農業領域，我們正在與可持續食品實驗室和大自然保護協會等合作夥伴合作，以更好地了解我們全球的生物多樣性風險。我們並制定舉措和指標以幫助我們通過根據當地情況定制的標準化方案，更好地管理和追蹤生物多樣性。

我們正在建立一個土壤健康框架，因為土壤能幫助促進更好的生物多樣性、改善水質和碳封存的關鍵。在建立表現指標的過程中，我們利用內部專家和全球合作夥伴的力量。這些指標將幫助我們分享最佳慣例，並改善我們全球農業發展計劃中土壤再生的方法。

在印度，我們與印度小麥和大麥研究所的科學家和研究人員合作進行了培訓課程，目的是提高我們的種植者有關最佳耕作方式、收穫後的貯藏以及病蟲害和疾病管理技術方面的技能，以及豐富種植者關於水土保持和生物多樣性管理的知識。

### 土壤測試

由於土壤質量問題，包括土壤有機碳含量低和鹽鹼化，我們的大麥種植者可能面臨農作物生產力低下的挑戰。土壤測試將幫助種植者了解並改善土壤質量。但是在當地，農名有時無法充分利用土壤測試，或獲得了某些虛假的測試結果。

在印度，我們正在與種植者合作，以展示土壤測試的重要性並改善其獲得的途徑。我們的團隊收集土壤樣本，將樣本發送到實驗室進行分析，並根據這些結果給予種植者合適的建議。利用土壤測試結果，該團隊根據對保持良好質量十分重要的土壤健康實踐制定了養分管理和農作物輪作計劃。

我們的農藝師將繼續增加土壤測試計劃中的種植者人數。隨著土壤數據收集的增加，我們的團隊希望能證明並分享土壤健康的慣例與大麥產量和品質之間的聯繫。

### 展望將來

與初創企業、非政府組織和多邊組織的創新解決方案和合作夥伴關係是增強農業活動適應能力的關鍵。我們將繼續採取以種植者為中心的方法以實現我們的目標，即在2025年前100%的直接種植者將將具備相關技能、實現互聯互通，並提升經濟效益。

# 創新

---



# 創新



## 我們的目標

我們致力在供應鏈中創造和探索新的機會和夥伴關係。創新為我們和許多利益相關者（包括我們所身處和工作的社區）建立可持續發展未來的重要動力。

我們利用成功初創公司的創意和企業家心態，並將其與全球知名品牌的資源和影響力結合。這使我們能夠在整個亞太地區及其他地區創建和擴展出色的創意。

## 我們的方法

### 100+ Accelerator

當今的全球可持續發展挑戰為我們提供了發展和創新的良機。通過100+ Accelerator，我們正在物色能夠在守護水源、種植者生產力、產品升級、負責任採購、綠色物流等方面取得突破性進展的合作夥伴。AB InBev Group同事和世界各地第三方專家的投入使我們能夠面對更大的挑戰。成功申請者可獲得指導、資金和進入百威供應鏈的機會。我們希望為那些試圖解決自身社區問題的有動力、肯付出的企業家賦能。

本年度的主要亮點包括：

- **上海譽碩能源科技有限公司**：我們與譽碩（一家專注於回收汽車廢舊電池儲存能源的初創公司）合作。由我們的合作夥伴關係於2018年秋季開始以來，我們

已在宿遷市的釀酒廠安裝了6兆瓦的儲能單元。我們與世界銀行可持續發展基金會合作，在佛山的釀酒廠安裝20兆瓦的儲能單元。這個新裝置儲存的能量足以為2,000戶家庭供電。

- **佛山市順德區錫山家居科技有限公司**：於11月，我們完成在上海辦公室內可持續發展會議室的新裝修。房間中使用的所有材料和裝飾品均由錫山家具生產的，該公司使用由我們供應商提供的稻殼生產而成的谷木材料（一種可替代實木的創新材料）。錫山家具為我們提供閉環解決方案以支持循環經濟，並幫助我們的供應商減少由稻殼燃燒帶來的碳排放。
- **Ecopackers**（現已重新品牌為**Erthos™**）：多倫多的一家初創公司Ecopackers與我們一同努力減除在印度使用的塑料桶蓋。以採用更具可持續性及環保的包裝方案，從中減少在我們價值鏈中所使用的原始塑料材料。由Ecopackers從農業副產品中開發出來的生態樹脂為農業的副產品亦是可堆肥的替代品，可用作取替一般上用於製造瓶蓋的傳統聚苯乙烯和聚丙烯材料。

我們在印度的團隊對四種生態樹脂樣品進行試點測試，以確定最適合用來替換小桶蓋的生態樹脂。據估計，用生態樹脂製成的桶蓋可幫助減少約170萬公斤的二氧化碳排放、節省約5,000萬公升水，並每年從堆填區轉移約1,000噸的塑料廢棄物。

## 亞太地區的採購及可持續發展創新中心

百威亞太成立的當地創新中心，以增強在亞太地區以及為我們的社區解決挑戰的企業家的能力。創新中心旨在建立一個創新和可持續發展的生態系統，不僅可以在我們的價值鏈中創造價值，和有助於實現我們的可持續發展目標，並可以為我們的環境和社區的福祉促進推動創新方案的發展。這是一個漫長而持續的旅程，我們致力擁抱我們的企業家精神，以不斷探索和推動改革。



## 中國

2020年是我們首次於中國成立創新中心。60多家初創公司和非政府組織與我們會面提交項目方案。經過幾輪篩選，我們特別與KiWi Green Technology合作，將在福建漳州建立了第一條啤酒糟蛋白生產線。

## 印度

印度創新樞紐於5月啟動。該項目吸引大約80個申請，並且由於其獨特性和眾多優勢而廣受歡迎。我們挑選了五家初創公司入圍，並在一輪成功的試點項目後與Recube緊密合作，將啤酒糟轉化為啤酒杯、杯墊和冰桶，為我們的消費者提供正面的可持續發展體驗。



## 南韓

韓國創新中心於2019年11月啟動。我們挑選了四家初創公司入圍最終名單。其中通過食品回收升級的初創公司Re-Harvest帶來具有意義的進展。到2020年12月，我們已經完成了這一試點項目，最終在線上眾籌平台推出了「再能量」棒：用啤酒糟制作的格蘭諾拉麥片棒，這是我們的啤酒副產品之一。我們被認可為「韓國釀造業中第一個啤酒糟回收升級項目」。



## 展望將來

我們將繼續通過我們的100+ Accelerator和本地創新中心探索夥伴關係，以推動創新和可持續的解決方案。

# 社區參與

33頁 培養明智飲酒文化

34頁 道路安全

35頁 產品責任

37頁 社區工作

39頁 供應鏈管理



# 社區參與

## 培養明智飲酒文化

我們認為飲酒應該是一種正面的體驗。有害使用酒精不僅對我們的消費者有害，對我們的業務亦無益。因此我們承擔責任，幫助減少和防止整個市場上的有害使用酒精行為。

### 我們的目標

我們支持世界衛生組織到2025年，使各個國家的有害使用酒精量至少減少10%的目標，以及聯合國可持續發展目標，即在全球範圍內進一步預防有害的酒精使用。我們的全球明智飲酒目標在提供不同選擇和改變他們的行為上提供協助。

我們與多個利益相關者合作，以實現我們的明智飲酒目標。自2016年以來，我們一直與公共衛生專家合作，以幫助減少全球範圍內有害的酒精使用。

### 我們的方法

#### 社會規範

我們的目標是在**2025**年底前通過專門的社會營銷活動和相關計劃來影響社會標準和個人行為，以減少市場上的有害的酒精使用。

2020年9月，我們發起了「明智飲酒，零酒駕」社會營銷活動，該活動引起了不同具影響力的媒體曝光並引起了社會關注。該活動是我們第一次通過日漸流行的電子競技與Z世代互動，並利用流行的現實和虛擬大使的積極影響來推廣明智飲酒。



我們與中國酒業協會、中國道路交通安全協會以及上海市公安局交通警察總隊合作，於著名的文化地標中華藝術宮舉辦2020年明智飲酒晚會。晚會恰逢年度百威全球啤酒責任日，吸引了全國10,000多名員工自願走上街頭，探訪餐廳和酒吧並提倡避免酒後駕駛。

在韓國，我們與韓國道路交通管理局合作，發起了「明智飲酒承諾運動」。超過2萬人作出了不會酒後駕駛的承諾。

在印度，我們發起了首個提倡明智飲酒活動#DrinkWiser，鼓勵消費者在飲啤酒期間進食和補充水分，減慢飲啤酒的節奏。消費者在社交媒體上分享明智飲酒提示、上傳照片並標籤朋友，引起了很大迴響。



## 社區參與

### 無酒精及低酒精啤酒

我們的目標是到**2025**年底，確保無酒精（即**ABV**介乎**0.0%至0.5%**）及低酒精（即**ABV**介乎**0.51%至3.5%**）啤酒產品在我們的啤酒總產量中所佔比例至少達**20%**。

我們相信為消費者提供高質量的無酒精及低酒精啤酒可以有效地減少有害飲酒行為。我們正在制定無酒精及低酒精啤酒的營銷策略，該策略將為消費者提供不同選擇並支持明智的飲酒文化。

我們的無酒精及低酒精啤酒產品組合為不同的消費場景提供80多種產品。本年度，無酒精及低酒精啤酒產品約佔我們啤酒總銷量的7%。



### 標籤及對飲酒與健康的認識

我們的目標是到**2020**年底，在我們所有市面上的啤酒產品上標示指引標籤，以及到**2025**年底提高對酒精與健康的認識。

我們重視並相信訊息透明可以幫助消費者了解為什麼需要以及如何更節制地飲用酒精。

在中國，我們發起了一個指引標籤項目，通過包裝標籤和輔助標籤分享健康信息。我們與公共衛生專家、政府和其他合作夥伴聯手，制定並實施了有關如何改善和加快在標籤和酒精健康意識進展方面的想法。直至12月，我們在中國的指引標籤使用已達到70%，超出了我們的預期。即使結果令人鼓舞，但百威亞太並不會滿足。因為我們明白，我們必須做更多來提高消費者的意識並為他們創造價值。

### 展望將來

我們知道，改變消費者行為需要我們的品牌作出持續的承諾。我們將於整個亞太地區市場上一同進行有效的負責任飲酒營銷活動，為消費者提供優質的無酒精和低酒精啤酒選擇，並通過指引標籤提高意識。我們致力減少有害的酒精使用來保護我們在社會上的經營許可以及長期創造價值的能力。

### 道路安全

作為擁有重要道路運輸車隊的亞太地區最大的啤酒公司，我們有獨一無二的機會在改善道路安全方面發揮領導作用。

於2020年11月，我們推出了首個中文版本的「更安全的道路管理實踐」工具。該工具由AB InBev Group和聯合國訓練研究所共同開發。在數字創新的支持下，此工具可協助辨識曾發生較多意外或嚴重撞車事故的危險和道路關鍵位置，並提供糾正措施指引。它是一種互動的電子學習工具，供政府官員、道路工程師、規劃師和公共及私人市場的政策制定者使用。我們已經與中國30多個城市的地方政府分享了此工具。我們旨在授權和動員當地利益相關者學習和實施管理方法，以改善道路安全。

在印度，我們與政府緊密合作，發起了「古爾岡更安全道路」倡議。我們的目標是通過改變公眾對道路安全的態度和行為，大幅減少古爾岡道路交通事故造成的死亡和重傷。在古爾岡成功實施該計劃之後，我們打算在有較多道路交通事故的其他印度主要城市中推廣這種模式。





# 道路安全 創新獎項

## 百威亞太 亞太地區 金劍獎



古爾岡更安全道路

我們已經連續第五年支持公安部交通管理局的「交通安全體驗課程」。該計劃向年輕人提倡道路安全的重要。通過有趣及互動的遊戲，計劃將交通安全知識與兒童和青少年的出行場景聯繫。自2016年起，此計劃已向全國各地的學校及社區捐贈了3,676套「魔術盒」，包括29所由百威亞太直接捐建的希望學校。至今此計劃已舉行了10次全國性的展示活動，並動員了1,000多名志願者參觀了

3,000多家學校和社區並接受交通安全教育。此計劃已經為中國超過100萬名兒童和青少年提高交通安全意識，而其直播課程亦被4,000萬人在線觀看。

展望將來，我們將會繼續與聯合國訓練研究所合作擴展我們的道路安全訓練至所有城市。

### 產品責任

人口老化以及千禧一代和Z世代的喜好改變提高了其對食品及飲品質素、安全和健康的標準，更使其更著重原料的質量及負責任採購程序。

作為負責任的釀酒商，我們在廣告和營銷我們的產品時會遵守適用的法律法規。我們亦致力確保我們的商業交流僅會針對超過法定飲酒年齡的群眾，並會以對社會負責任的方式進行。

### 我們的目標

我們致力在產品營銷方面設立高標準，同時密切監控我們的運營，以在產品的生產、儲存和運輸中達到一致的質量和安全標準。

### 我們的方法

#### 負責任營銷

百威以我們優質和精心地生產和營銷啤酒而感到自豪。我們嚴格遵守整個亞太地區的相關法律、法規和標準，包括但不限於我們嚴格遵守整個亞太地區的法律、法規和準則，包括但不限於《中華人民共和國廣告法》、《韓國國民健康法》以及印度《消費稅法案》和由印度廣告標準委員會訂立的《廣告內容自我管理守則》中所述有關廣告禁止的規定。

我們努力誠實及真實地進行營銷傳播，以符合當代品味的標準並注意市場之間的文化差異。對於我們在傳統媒體和數字媒體上的所有營銷、銷售、促銷和傳播工作，我們遵守內部的《商業宣傳準則》。百威亞太的所有營銷、銷售、公司事務和法律團隊以及外部機構都需要接受年度《商業宣傳準則》培訓，而新同事需在入職後60天內接受培訓。市場和銷售副總裁有責任監督培訓的進行，並對員工和代理機構的相關成員進行適當的培訓。

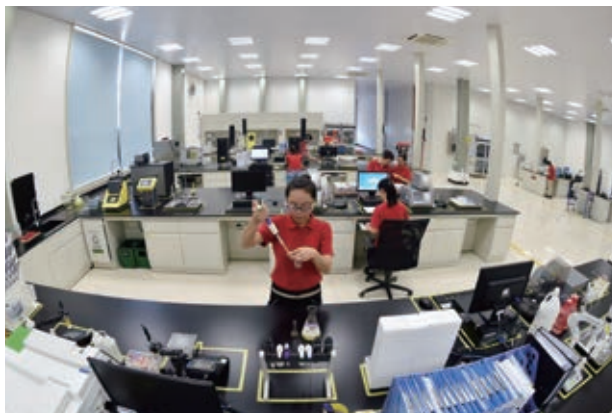
營銷和銷售總監負責確保遵守《商業宣傳準則》。所有商業通訊均需要通過包括市場營銷、法律和企業事務在內的批核過程進行審核。如果出現合規上的分歧，該問題將會被適當升級處理。

#### 食品安全

我們在運營中提倡嚴格的食品安全文化，包括一系列由我們首席執行官和首席供應官簽署包括《食品安全政策》在內的政策和指引。該政策和指引已在所有工廠實施。我們對食品安全管理採取有系統的方法，密切關注關鍵控制點管理、端到端過程監控、變更管理及聘請食品安全第三方審核和分析。

百威亞太公司的所有工廠都使用VPO系統進行常規產品質量和安全管理，涵蓋了ISO 9001(質量管理體系)和FSSC 22000(食品安全體系驗證)的所有要素。我們亦會每年進行兩次內部審核以確保系統按預期運行。我們的一些站點獲得了全球食品安全倡議及危害分析和關鍵控制點外部證書，以滿足客戶的特別要求。

產品安全培訓每年進行一次，及在政策更新後進行。我們定期進行可追溯性、產品召回和合規測試。



### 展望將來

我們將堅持以高標準進行產品營銷，並繼續在運營中推廣嚴格的食品安全措施。

## 社區工作

### 救災

我們希望在幫助社會的工作上擔當正面的角色，與政府、民間社會組織及私人機構合作、協助準備及應變由災害帶來的影響。

我們在中國捐贈1,100萬元人民幣的捐款和資源如口罩及消毒用品予武漢市漢陽區慈善會以抗擊2019冠狀病毒病，並分別在越南及韓國大邱捐贈超過25萬罐水至隔離中心及價值超過10億韓圓的口罩及物資。

在韓國，我們通過各種慈善計劃支援全國各地的社區，並協助不同的弱勢群體，包括學生、獨居老人、殘疾人士和單親子女等。



我們相信通過與民間社會和非政府組織合作，我們可以在建設有適應力的社區中發揮積極有效的作用。在韓國，我們向受颱風影響的地區伸出援手，向希望橋全國災害救護協會捐贈了合共58,240瓶水以援助受影響的人。於本年度，我們在亞太地區共捐贈了137萬罐緊急飲用水。



### 越南的員工向 受水災影響的民眾 捐贈1.5億越南盾

在2020年11月，一次大範圍的山洪暴發嚴重破壞了越南中部承天順化省、廣治省、為了響應越南祖國陣線和平陽省勞動聯合會的呼籲，我們在為期兩天的內部募捐活動後籌集了1.5億越南盾（約共6,500美元）的捐款。

## 社區參與



### 希望學校

我們積極地參與社區建設。向學校捐款和建設學校是促進社會發展切實可行的方法。在2010年，我們捐贈並協助設立了雲南錦屏鎮第一所希望小學。自此，我們繼續捐款在中國建立29所希望學校，另外有2所正在建設中。我們的貢獻共使8,681名學生和925名老師受惠。

### 志願服務扶助社區

志願服務使人團結，共同創造美好世界。為了幫助我們的社區，我們實施了多項計劃，例如扶貧項目以幫助種植者發展種植技術和拓展銷售渠道。在中國，我們的扶貧項目通過提供技術支援、工作機會、金融服務和銷售渠道，支持了38,000多名種植者。

在四川安岳縣，我們一支由技術和農藝專家組成的團隊教授種植者如何通過適當使用農藥和化肥來改良土壤和購買設備以及提高產量的技術。在下一階段，我們將致力於協助種植者進入數字時代，介紹在抖音和天貓等電子商務平台上直接向消費者銷售產品的方式。

我們已經連續10年在蒙古種植「凱獅希望森林」。我們亦採取了各種創新的解決方案來解決不同議題，例如貧困、缺少工作和性別平等長期議題。



在我們位於印度農村和城鄉結合社區的啤酒廠中，我們實施創新的解決方案來解決一直以來的問題。我們在最嚴重的地區安裝了路燈和閉路電視以增強道路安全。不但為婦女創造更安全的環境，更阻止犯罪率上升。



## 韓國 第八屆 快樂圖書館

「快樂圖書館」是我們自2016年以來在韓國的代表性社區項目。該計劃的目標是翻新當地舊的兒童中心及創建現代化的設施，並為兒童提供免費的教育材料。在本年度10月，一家於當年夏天曾受颱風巴威和美沙克嚴重破壞在Jusarang社區兒童中心被選為第八屆快樂圖書館的活動場地。至今，30多名學生定期訪問兒童中心，以接受課後康護服務，使他們擁有一個更好的環境及獲得教育材料和書籍。自2016年以來，百威亞太共向快樂圖書館捐贈了3,000本書。

於2020年的志願服務超過



# 64,135+

小時

### 供應鏈管理

酒精飲料公司的供應鏈中存在環境和社會風險。我們依賴的多種原料，包括穀物、玉米、甘蔗、小、大麥、啤酒花和各種水果等極易受到價格波動的影響。而價格波動與環境因素有關，例如天氣模式的變化、乾旱和農作物病害。隨著氣候變化和水資源短缺的影響頻率和嚴重性不斷增加，我們預計關鍵原料的價格和供應方面將面臨挑戰。

由勞資糾紛、人權風險和社區衝突等社會問題而造成的供應短缺和中斷的可能性能對我們採購活動的可持續性構成了額外的風險。

### 我們的目標

即使我們無法直接控制耕作的方式，但我們知道我們有責任影響和改善供應鏈中的農業和勞工環境。我們致力於在整個價值鏈中尋找機會，以降低成本、減少環境影響並改善我們眾多供應商和周邊社區的經濟穩定性。

### 我們的方法

#### 負責任採購

我們的《負責任採購政策》為我們的運營提供指引，包括採取對環境和社會負責任的採購決定。該政策概述了我們在整個供應鏈中維護人權、勞工標準、工作場所健康與安全、環境管理和業務誠信的方針與承諾。此外，我們希望我們的供應商和業務合作夥伴能要求其僱員、臨時員工、合約員工及其他於供應鏈中向百威亞太提供商品或服務的組織遵守該政策。我們通過自我評估問卷和第三方現場審計，與供應商合作根據我們的採購政策評估他們的做法。我們根據他們的合規性、過去三年的財務表現以及與環境、社會和企業管治相關的問題（如童工或強迫勞工、結社自由以及職業健康與安全等）對供應商進行評估。在可行的情況下，百威亞太為供應商和合作夥伴提供培訓和指導，以協助他們有效地遵守該政策。

#### 供應商環境表現

我們鼓勵承辦商和供應商遵守公司的核心價值觀，並遵守對環境負責任的做法。供應商必須遵守與環境有關的所有適用法律法規，並通過有效地利用自然資源以提供對環境負責任的產品和服務。供應商應通過將環境管理實踐整合到運營和培訓系統中。

## 社區參與

除非特別訂明，百威亞太要求我們的供應商需注意以下範疇：

- **碳**：承諾與百威亞太共同達成減排目標，並實施計劃以支持實現這些目標；
- **回收物含量和比率**：致力於減少廢物的產生並與百威亞太合作實施舉措，以增加產品中使用的回收物含量及／或產品的可回收能力；和
- **水**：設定目標並制訂計劃以減少整個以減少其運營和價值鏈中的用水量。商業合作夥伴應確定高風險水域，並確定與百威亞太進行戰略合作的機會及共同實施計劃。

### 人權政策

我們的《**人權政策**》清楚列明百威亞太在運營和供應鏈中禁止一切形式的童工和強迫勞工。百威亞太致力在運營以及在評估和發展新的商業機會時實施此政策。我們亦致力與共同相信這些價值觀的供應商合作，並將該政策推廣到其運營上。

根據《**負責任採購政策**》，商業合作夥伴必須尊重員工在工作與休息之間取得平衡的需要。工作時間和加班應遵守適用的工資、工作時間、加班和福利的法律法規和當地勞工協議。

百威亞太定期通過風險評估，包括法律審查、影響力評估、自我評估問卷和適當的審計規定，來評估其業務部門是否遵守人權承諾。

### 申訴機制

如果通過申訴機制或其他方式找到了違反我們政策合理並可信的證據，供應商必須通過百威亞太的合規熱線、網站(<http://www.budweiserapac.com/caseReport>)或當地電話向百威亞太報告問題。該免費的24小時合規熱線供任何人使用，而且報告會在保密和匿名的情況下進行。此外，百威亞太的法律團隊或道德與合規團隊亦或會跟進報告。商業合作夥伴的員工或其他利益相關者亦可通過上述渠道直接向百威亞太地區報告問題。

### 展望將來

隨著世界及其社會和經濟逐漸從2019冠狀病毒病疫情中恢復，我們致力建設一個可持續及注重人權和環境保護的供應鏈。

# 夢想 — 人才 — 文化

---

42頁 員工體驗

46頁 工作場所安全

47頁 多元化及包容性



# 夢想 – 人才 – 文化

在百威亞太，夢想成真為我們的基因。我們正在建立一個高收益增長和一路成長的公司。幾個世紀以來，啤酒一直將人們聚集在一起，我們希望確保在未來的幾個世紀中也是如此。我們最大的力量來自我們的員工，我們支持每個人都能做到精益求精。我們的市場擁有超過19,000名同事，他們對釀造優質啤酒的熱愛和對我們稱之為家的社區的支持為堅定承諾團結在一起。

## 員工體驗

### 我們的目標

實現我們「攜手你我，釀造更美好世界」的夢想，取決於我們的員工 – 我們最重要的競爭優勢和我們最大的資產。我們努力通過參與、發展和進步來吸引和保留最優秀的人才、支持平等和對所有人的尊重。我們提供培訓和職業發展機會以及有競爭力的薪酬和福利，並保護同事的健康和安全。

### 我們的方法

#### 人才吸納和聘用

我們吸納人才的理念是為入門和中層管理人員聘用高能力的人才並投資於他們的發展，令他們能在專業領域上發揮自己。我們旨在從內部尋找並提升我們的領導地位。

我們的招聘策略主要包括以下三個方面：

- **畢業生招聘**：我們的人才計劃使我們能夠吸納、招聘和培養一群獨特且多樣化的高潛力人才，以提供出色的成果。我們有多個人才計劃，其中一些專門用於特定功能，包括我們銷售團隊的「紅星」計劃、我們供應鏈團隊的「供應卓越實習生」計劃以及我們技術團隊的「技術管理實習生」計劃。公司的旗艦計劃「全球管理培訓生計劃」每年為所有業務部門吸納的數千份申

請。全球管理培訓生計劃通過全面的招聘流程，每年從頂尖大學招聘約30至40名高潛力畢業生（其中70%為女性），並將他們培養成在加速的時間內成為高級領導者。

- **社會招聘**：我們的全球工商管理碩士（「GMBA」）計劃吸引了全球最優秀的MBA學生，並從中層管理水平的頂尖MBA學校招募人才。GMBA計劃的同事被分配到策略項目，並透過這些項目中運用來自商學院的知識和以往的工作經驗來解決問題並為公司提倡有意義的解決方案。
- **外部策略聘用**：我們了解我們需要將不同的願景和不同的想法帶入組織當中。我們的外部策略招聘是一項旨在引進有合適能力、技能及知識以及適合我們文化之人才的計劃。

### 員工交流

為提供最佳的工作環境並確保我們同事的參與度及活力，我們重視傾聽員工的聲音。我們通過年度參與度調查和定期的市場傾向調查收集員工的反饋意見，通過向我們提供定量和定性的見解來建立強大而敬業的員工團隊，從而有助我們不斷改進。



---

## 高回應率



# 98%

---

## 參與度正在提高



# 90%

比一般市場高20%，  
比2019年高3%，  
比2018年高6%

---

## 高度信任+4



# 91%

對百威亞太  
前程感到樂觀，  
比2019年高4%



# 12/12

改進類別，  
比2019年多78%個項目已有重大改善，  
比2019年相比並無分數減少

---

## 員工學習和發展

我們的學習和發展平台為我們的員工和公司提供可持續發展和培訓的資源。對我們而言，所有同事不斷提高自身技能，以掌握最新趨勢、技術和創新至關重要。我們

渴望共同成長。為此，百威大學社內部職業發展中心，它與全球領先的商學院和技術學校合作，提供旨在提高人們能力（知識、能力、態度）的計劃，專家指導和學習解決方案。它使我們的員工和企業為應對當前和未來的挑戰做好了充分的準備。



我們制定《培訓政策》和《內部培訓師管理政策》，以推動本公司的學習和發展活動在更大範圍內實施，為員工提供便利，營造更好的學習氛圍。



# 超過3,000

名員工參加了課堂培訓計劃



# 超過15,000

名員工參加了線上學習



### 員工發展

我們相信以適當的發展水平吸納、接觸和培養最佳人才，同時獎勵績效並培養主人翁文化。

我們評估同事的表現和潛力，並確定他們發展的機會。該流程使我們的員工能夠以自己的才能發展並提供支持業務需求的結果。

職業管理是我們通過整合過程（包括領導力和職能能力評估、學習、發展以及可能的職業生涯）提供內部橫向和向上晉昇機會的另一種方式。在本年度內，我們提拔並換崗了13.4%同事，使他們能夠根據自己的才能和業績成長，同時提高員工敬業度和保留率。

### 員工健康與福祉

我們的目標是創造健康的工作場所，以支持同事的福祉。此舉對人才的吸引和保留、敬業度和文化適應性具有重大影響，因此對我們的業務至關重要，並且是我們整體利益策略的關鍵組成部分。我們旨在營造一個可使同事採取積極主動的態度來改善自己福祉的環境，並從中發展其思維和行為，以支持他們度過充滿挑戰的時代。

在中國，我們新啟動一項名為「我們為您服務！」的福祉計劃。該計劃旨在為我們的同事在工作場所和在家中均提供工具和資源以保持健康、具應對能力和成就感。該計劃圍繞著四個福祉支柱，包括身理、行為、財務和社會。就每個支柱，我們都提供新的或已改善的選項、資源和計劃，旨在幫助我們的同事及其家人呈報最好的自己。



雖然該框架是在2019冠狀病毒病前已開展，但是部署和實施的時機已經到了關鍵時刻，當時我們的同事從專業和個人角度都面臨挑戰和不確定的因素。我們依然繼續通過由敬業度調查所得的福祉指數來監察員工的反饋、相應地制定行動計劃，並不斷制定支柱和計劃。



本公司中的每人都負責倡導一種文化，以營造一個安全，積極，多樣化和包容的工作環境使人們蓬勃發展。為此，我們制定了《反騷擾和反歧視政策》，以指導和建立一個包容各方的工作場所，消除一切形式的騷擾，包括不公平的歧視、性騷擾和性行為不端。這項政策可保護我們的同事免於不必要的不歡迎的舉動和／或造成恐嚇、冒犯或敵對的工作環境的不當行為。

我們亦了解工商界有責任尊重人權。我們的《人權政策》概述了我們在整個運營和價值鏈（包括我們的同事、供應商、承包商、零售商和消費者）中監督人權的方法。百威

亞太致力在現有業務以及評估和開發任何新業務機會的過程中實施此政策。

### 結社自由

百威亞太尊重所有工人組成和加入合法工會和其他他們所選擇的組織，以及為支持他們的共同利益而集體談判的權利。百威亞太不以任何方式歧視選擇組建或加入工會的工人，或選擇不組建或加入工會的工人。在法律制度禁止或嚴重限制結社自由的國家或地區，百威亞太將在適用法律和法規的框架內支持建立替代方案，以促進有效表達工人的利益以及工人與管理層之間的溝通。

我們致力支持和尊重人權及符合聯合國全球契約原則的商業慣例。我們認識到和各級各方之間的溝通和清晰了解的價值，以助符合全球政策和國際標準，並促進建設性和健康的勞資關係。我們不斷發展我們的方針，以加強我們對人權的承諾，並從我們的經驗和利益相關者的指導中學習。以我們在印度的一個業務中的情況為例，該情況通過我們自願參與調解而得以成功和友善地解決，遵守了經濟合作與發展組織的準則。我們鼓勵人們使用我們的合規熱線 (<http://www.budweiserapac.com/caseReport>) 向我們提出任何疑問。

### 展望將來

我們將繼續留意同事的反饋，並尋求改進的地方，以營造包容和富吸引力的工作環境。

## 工作場所安全

參與在業務流程和活動的工人容易受到危害影響，如跌倒、運輸事故、設備相關事故以及與熱傷害或其他傷害。確保同事和社區的安全對我們的業務至關重要。

### 我們的目標

我們承諾遵守所有適用的健康和安全管理法規、公司標準以及我們認可的其他要求，並在當地法律法規或未符合我們的最低標準的情況下採用國際最佳實踐。我們已在集團層面製定了《**健康及安全政策**》。

### 我們的方法

#### 健康與安全管理體系

為保護同事的健康和安全，我們在生產過程中製定了操作程序和安全標準，包括消防安全、倉庫安全、工傷、電力安全以及緊急和疏散程序。我們為同事提供職業安全教育和培訓，以提高他們對安全問題的認識。百威亞太使用VPO系統進行日常管理，該系統涵蓋並超過了OHSAS 18001或ISO 45001的所有要素。並會每年進行兩次內部審核。

在本年度內，我們所有的同事和承包商都進行了安全培訓，例如安全領導培訓、技術安全培訓以及一般安全培訓。在2019冠狀病毒疫情期間，我們舉行在線培訓，並有超過七成以上的同事參與。這些舉措旨在提高安全意識。



我們成立了一個技術委員會，以升級技術安全措施，並符合行業最佳實踐（如機器防護和使用粉塵防爆裝置）。我們已制定要求，並正進行中升級。通過實施這些升級，我們正在打造完善及正面的安全文化。為實現我們的零工傷夢想，我們公司各個領域的同事承擔著促進和堅持安全行為的個人責任。我們亦有一個環境、健康與安全部門，負責監督專業的健康與安全管理。所有管理層都有設立與VPO和安全指標相關的個人目標，並將目標與可變補償掛鉤。

我們的目標是將風險最小化、在整個組織中培育安全領導並實現零工傷。通過我們團隊成員的奉獻和承諾，我們能在多個運營方式都順利實現此目標。





## 錄得工傷總數減少



# 23%



# 21

## 釀酒廠已獲得《安全生產標準化證書》

### 展望將來

我們於2021年及以後的安全計劃將繼續專注於防止嚴重工傷和傷亡。我們將繼續致力防止嚴重傷害和傷亡，並在整個業務範圍內進一步建立安全文化。

### 多元化及包容性

#### 我們的目標

我們致力繼續營造一個包容的工作場所，並在我們不同的市場中增加婦女和代表性不足的群體就業。我們已經制定《**多元化和包容性政策**》，提供指導方針為所有領導者和同事尊重他人並培養、鼓勵、維繫和維護包容的環境。在百威亞太，我們擁有多元化的員工隊伍，當中員工涵蓋超過20多個國家或地區，而我們39%的同事為女性。

#### 我們的方法

##### 建立多元及包容的工作環境

為實現多元化和包容性的目標，我們在本年度啟動了一系列舉措，其中包括由首席執行官和首席人事官主持的首個亞太地區多元化和包容性委員會。

多元化和包容性委員會在業務部門級別（中國、東亞、印度及東南亞）運作，每個委員會都致力推進公司的多元化和包容性、在高影響力的決策方面進行協作，並在組織的最高層級倡導多元化和包容性。員工團隊根據重要的多元化和包容性指標跟蹤進度，以構成委員會推動的大多數計劃的基礎，並向首席執行官和首席人事官匯報進度。

本年度內，我們的員工團隊每兩個月在不同業務部門之間組織一次最佳實踐共享會議，以促進晉升機會平等並營造包容的工作環境。當中舉辦了50多期培訓、研討會及專注於女性領導力發展和職業發展活動。為促進不同性別、種族、背景及經歷的人員平等就業，我們為經理舉辦了三場無意識偏見培訓。

同時我們在全公司內更新並推出了《**反騷擾及反歧視政策**》。作為實施策略的一環，我們將報告違規行為作為該政策下對所有監管者的強制性要求，並設立了政策大使，以助解決和跟進問題，並在必要時向違反政策的人發出預警。

我們通過年度員工敬業度調查中的多元化和包容性指標來監控和評估多元化和包容性計劃的有效性。該調查集中在五個方面：高級管理層對多元化和包容性的承諾、各種觀點的價值、尊重、心理安全和平等。我們很高興看到本年度的調查結果。我們的多元化和包容性指數為93%，較2019年相比上升2%及較行業標準上升17%。這反映了我們在亞太地區各個市場建設更加多樣化和包容工作場所所下努力的偏受同事認可。



## 夢想 — 人才 — 文化

表：性別平等指標<sup>2</sup>

	本年度
員工中為女性的百分比	39% (-2%)
前四級領導層中女性代表的百分比	25% (+2%)
人才渠道中的女性百分比	44% (+8%)
新僱用女性員工的百分比	26% (不變)

### 薪酬性別差異

根據世界認可的薪酬專家美世進行的一項調查，我們目前作出調整後的性別薪酬差距為-3%。通過控制合法的薪酬，此方法以驅動因素來審查性別薪酬的公平性，並使用具有相同因素（例如經驗、績效、工作因素、位置和流動性）為員工作出分類，並審視性別是否有導致薪酬差異。

按美世的建議，我們的目標是將性別薪酬差距縮小到1%以內。為此，我們通過兩種方式採取行動：

- **糾正方案：**我們在兩到三年的時間內製定了整治方案，以利用我們的實際薪資審核機制來縮小差距，並努力縮小差距。

- **可持續發展方案：**我們採取了一系列措施來確保我們所有的薪酬週期（不僅是基本工資）並無偏差，而且每個人都有平等的機會根據我們的英才主義原則增加薪酬。我們採取了以下一些措施。

### 展望將來

我們相信在員工隊伍中更好地代表各種觀點將使我們能夠更好地滿足多樣化消費者的需求，並在接下來的百多年中不斷發展。

<sup>2</sup> 基於報告期末數字計算。

# 企業管治及商業道德

---

50頁 商業行為守則

50頁 舉報政策

51頁 反賄賂及反腐敗



# 企業管治及商業道德

百威亞太董事會制定的公司治理守則支持我們的業務抱負，同時指引公司應負責任地進行管理和控制。在不阻礙發展路向或迅速採取行動的前提下，這些規則建立了最佳實踐框架、思維方式以及在圍繞公司開展工作的方式。這些規則提供了明確性並要求遵守最高的業務誠信和道德標準。憑藉嚴格的控制系統和經驗豐富的董事會，我們致力於實現最高的公司治理標準，並維護股東、同事、消費者和我們所在社區的利益。請參閱2020年度報告中的「企業管治報告」，以瞭解我們的企業管治方式。

## 商業行為守則

我們的《商業行為守則》以10項原則為基礎，設立所有董事、高級管理人員和員工都應遵守的道德標準。我們亦鼓勵並期望我們的供應商、服務提供商和其他業務合作夥伴均遵從我們的《商業行為準則》，並在做法、操守及透明度這幾方面採用與該準則相若的標準跟我們合作和接洽業務。

## 舉報政策

我們積極鼓勵我們的同事和相關第三方以嚴格保密及匿名的方式舉報任何與公司有關的不當行為、瀆職行為或違規行為。

我們的《舉報政策》詳細概述我們如何在符合適用法律、規則和規例下受理、保留及跟進檢舉報告。

我們有一個由獨立第三方24/7/365運營的檢舉熱線，並支持多種語言，讓公司內外的人士以嚴格保密的方式匿名舉報任何涉嫌違反政策的行為，包括《人權政策》和《負責任採購政策》。在收到報告後，一名合規人員會被委任展開追查。

我們認真謹慎處理每份檢舉報告。我們的道德與合規團隊，或其他在他們監督下的團隊，會根據明確的《調查指引》迅速及徹底調查事件。

我們會因應情況通知舉報人調查情況。具體調查指引將根據具體情況提供。我們會妥善地把所有收到的報告記錄進案件管理系統中。我們的道德與合規團隊會定期向合規委員會及／或董事會報告所有收到的舉報。

指控一經證實，我們會採取適當的懲戒行動及補救措施。在本年度內，我們收到114份報告，其中34%與潛在／實際利益衝突有關、19%與不誠實行為有關、15%與人力資源相關問題、13%與違反政策和程序有關、而19%與其他問題有關(例如健康與安全、環境和數據保護)。截至2020年12月31日，61宗仍待證實，14宗以解僱或辭職作結及21宗以其他類型的紀律處分(例如停工或警告)作結。作為補救措施，我們及時與所有同事進行內部溝通，列出了我們採取的紀律處分措施，以證明我們對不道德行為採取零容忍的政策，並防止類似行為再次發生。我們也舉辦最高領導層電話會向所有同事強調合規的重要性，發出「合規應做和不應做」的提醒，加強有關監管及流程，以及舉辦全國性的反騷擾活動。此外，我們的道德與合規團隊亦發布了季度合規通訊，其中包括關鍵合規政策以及檢舉熱線的詳細信息。

## 反賄賂及反腐敗

我們對任何形式的賄賂和腐敗行為都採取零容忍的態度。我們的《**反腐敗政策**》明確列明並嚴禁公司員工直接或間接地向任何人為了與百威亞太公司的商業活動不正當地獲得或保留業務或影響業務或政府決策，而提供、承諾、授權或給予任何有價值的事件。

我們致力維持領先反腐敗的合規計劃。該計劃由我們的合規團隊管理，該團隊負責監督所有地區的政策實施、調查、運營儀表板和組織的變動。我們的合規官隨時可以為我們的員工提供有關特定問題的建議。同事可以通過個人、線上或舉報熱線以匿名方式提出問題或疑慮。在本年度內，沒有因賄賂、勒索、欺詐和洗錢的重大影響而成重大的違規案件。

## 商業行為守則及反腐敗培訓

我們為同事提供《**商業行為準則**》和反腐敗培訓，以提高他們對道德和合規性問題的意識，包括反賄賂、反腐敗、反騷擾和反歧視、利益衝突、反壟斷及數字媒體和數字道德。為了使培訓更具實效性及趣味性，我們摒棄過往的投影片報告方式，轉用互動動畫描繪現實生活中的可能情況。我們也舉辦現場培訓及透過內部電郵傳閱相關新聞及更新。



### BrewRIGHT

我們使用由開發並且屢獲殊榮的最新技術分析平台 BrewRIGHT來評估有關腐敗和洗黑錢的風險，捉捕重複付款並追蹤啤酒贈品。其使用機器學習技術，以識別有風險的業務合作夥伴和潛在的非法付款。例子包括：

- **第三方盡職調查：**我們審查供應商的總清單，並確認或與政府有聯繫的供應商，並進行更嚴格的審查。
- **盡職調查準確性：**批准供應商後，此系統將追蹤供應商。其尋找危機信號，包括供應商是否有實行受僱的工作。
- **旅行和娛樂：**合規團隊可以就跨團隊、跨地區甚至是公司職能部門的支出的作出比較，以消除由昂貴餐飲或其他禮物形式提供的賄賂。
- **數據污染：**我們評估整個公司的企業資源計劃系統中的數據質量，以幫助糾正因數據質量差異而產生的偏差。此舉可使本公司能在其整個運營過程中持續審核其保存記錄的做為。

# 環境、社會及管治表現數據表

## 環境表現

	單位	2020	2019	2018
<b>溫室氣體排放</b>				
總溫室氣體排放量 <sup>3</sup>	噸二氧化碳當量	6,518,208	7,602,891 <sup>2</sup>	7,024,676
範圍1溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	183,980	257,845	287,350
範圍2溫室氣體排放量 <sup>4</sup>	噸二氧化碳當量	462,137	489,318	658,381
範圍3溫室氣體排放量 <sup>5</sup>	噸二氧化碳當量	5,872,091	6,855,728	6,078,945
每百升產量範圍1及2的溫室氣體排放量	千克二氧化碳當量／百升	8.15	8.58	10.53
每百升產量範圍1、2及3的溫室氣體排放量	千克二氧化碳當量／百升	82.20	87.29	78.18
<b>能源</b>				
總能源消耗量	百萬焦耳	7.0	8.3	9.2
直接能源消耗量－非可再生能源來源	焦耳	2,453,610	3,507,609	4,320,335
直接能源消耗量－可再生能源來源	焦耳	588,580	735,469	606,166
間接能源消耗量－來自不可再生能源來源的外購電力	焦耳	1,953,917	2,324,383	2,470,587
間接能源消耗量－來自可再生能源來源的外購電力	焦耳	219,884	114,247	68,544
間接能源消耗量－進口蒸氣能源	焦耳	1,782,398	1,578,423	1,716,073
每百升產量能源耗量	兆焦耳／百升	87.90	92.65	100.03
每百升產量採購能源總量	兆焦耳／百升	84.40	89.66	97.95
可再生電能百分比	%	14.2	4.4	2.8
<b>用水量</b>				
總耗水量	千百升	196,004	232,552	262,283
替代水源(如灰水、雨水、污水)用量百分比	%	8	9	5
每百升產量耗水量	百升／百升	2.47	2.60	2.85
<b>廢棄物</b>				
所產生無害廢棄物總量	噸	1,292,757	1,488,634	1,605,389
所產生有害廢棄物總量	噸	2,427	1,879	397
<b>包裝材料</b>				
成品使用的總包裝材料	噸	1,395,296	1,963,815	1,911,809
可回收包裝百分比	%	53.3	56.1	53.8
包裝中再生物料的百分比－玻璃	%	48.6	47.2	45.3
包裝中再生物料的百分比－鋁罐	%	19.5	23.5	8.3
<b>空氣排放物</b>				
懸浮粒子	噸	107	171	168
二氧化硫	噸	56	97	186
氮氧化物	噸	281	365	490

<sup>1</sup> 本年度報告所載若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格中顯示為總額的數字可能並非上列數字的算術總和。

<sup>2</sup> 2019的溫室氣體排放量數據因計算方法變動已經調整。

<sup>3</sup> 範圍1包括生產過程(包括釀造及垂直營運)及現場發電的熱電聯工廠中燃料使用的二氧化碳當量排放量。

<sup>4</sup> 範圍2代表購買的電力和蒸氣產生的排放。

<sup>5</sup> 範圍3：包括以下類別的間接排放：採購的貨品和服務、上下游分銷、產品使用(包括在餐廳及餐廳以外地方進行的產品冷卻，但不包括家中冷卻)及生命週期完結。

社會表現

	單位	2020	2019	2018
<b>僱傭</b>				
所有僱員	數量	26,489	28,546	30,085
<b>按僱傭類型劃分的僱員總數</b>				
全職	數量	22,004	22,935	25,123
男性	數量	16,260	16,899	18,085
女性	數量	5,744	6,036	7,038
兼職	數量	4,485	5,611	4,962
男性	數量	0	0	0
女性	數量	4,485	5,611	4,962
<b>按僱傭合約劃分的僱員總數</b>				
長期合約	數量	20,747	21,499	23,259
臨時合約	數量	5,742	7,047	6,826
<b>按年齡組別劃分的全職僱員總數</b>				
30歲以下	數量	4,751	4,947	5,317
30歲至50歲	數量	15,174	15,814	17,287
50歲以上	數量	2,079	2,174	2,519
<b>按僱傭類別劃分的全職僱員總數</b>				
經理級	數量	5,572	5,952	4,804
非經理級	數量	16,432	16,983	20,319
<b>按地區劃分的全職僱員總數</b>				
中國內地	數量	18,047	18,942	21,163
韓國	數量	1,939	1,952	1,973
印度	數量	1,593	1,643	1,615
越南	數量	355	335	303
日本	數量	59	51	60
新西蘭	數量	11	12	9
<b>僱員流失比率</b>				
總流失比率	%	6.45	7.69	8.18
<b>按性別劃分的僱員流失比率</b>				
男性	%	6.39	7.38	8.33
女性	%	6.63	8.64	7.74
<b>按僱傭類別劃分的僱員流失比率</b>				
經理級	%	7.86	8.95	8.54
非經理級	%	5.91	7.19	8.08
<b>按年齡組別劃分的僱員流失比率</b>				
30歲以下	%	11.35	12.84	12.13
30歲至50歲	%	5.20	6.58	7.16
50歲以上	%	2.11	1.18	0.81
<b>受訓僱員百分比</b>				
<b>按性別劃分的受訓僱員百分比</b>				
男性	%	90	79	54
女性	%	90	80	54
<b>按僱員類別劃分的受訓僱員百分比</b>				
經理級	%	97	87	88
非經理級	%	88	77	46
<b>平均受訓時數</b>				
<b>按性別劃分的平均受訓時數</b>				
男性	小時	11	6	7
女性	小時	11	6	6



	單位	2020	2019	2018
<b>按僱員類別劃分的平均受訓時數</b>				
經理級	小時	11	7	10
非經理級	小時	10	6	6
<b>健康與安全</b>				
因工亡故的人數(員工)	數量	0	1	0
員工因工亡故的比率	%	0.00%	0.93%	0.00%
因工亡故的人數(非員工) <sup>6</sup>	數量	0	0	1
因工傷損失工作日數	日	383	561	450
嚴重的工傷數目(排除死亡人數) <sup>7</sup> (員工)	數量	0	0	0
員工嚴重的工傷比率(基於200,000工作小時)	/	0.00%	0.00%	0.00%
可記錄的工傷數目(排除死亡人數)(員工)	數量	20	26	27
員工可記錄的工傷比率(基於200,000工作小時)	/	0.25	0.24	0.27
<b>其他</b>				
受OHSAS 18001或ISO 45001認證的場所	數量	21	20	20
受有OHSAS 18001或ISO 45001認證的安全管理系統 覆蓋場所的百分比	%	46%	41%	39%
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收 的百分比	%	0	0	0

<sup>6</sup> 非員工包括承包商、分包商、服務提供方。

<sup>7</sup> 嚴重工傷意指因工傷而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害。

## 獎項及倡議聯繫

獎項及倡議聯繫	機構	地區
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020年社會責任企業年度榜</li> <li>• 2019/2020年公益卓越獎</li> <li>• 最佳人力資源解決方案</li> <li>• 「繡花精神」新時代榜樣社會責任最佳案例獎</li> <li>• 2020中國新增長企業社會責任榜</li> <li>• 年度責任典範企業</li> <li>• 優秀扶貧案例－產業扶貧</li> <li>• 2020年度綠色物流創新領軍企業</li> <li>• 年度影響力企業</li> <li>• 2020年度責任企業</li> <li>• 交通安全公益創新獎</li> <li>• 上海市交通文明公益聯盟合作單位</li> <li>• 巾幗文明崗</li> <li>• 年度公益貢獻</li> <li>• 中國企業社會責任排行榜－第一位</li> <li>• 最佳年度CSR品牌</li> <li>• 志願服務致敬獎</li> <li>• 2020年中國傑出僱主－學習與發展</li> <li>• 最佳畢業生僱主</li> <li>• 百強僱主</li> <li>• 年度前30名僱主</li> <li>• 2020年度綠色物流創新領軍企業</li> <li>• 2020年中國企業社會責任獎「傑出治理－特別貢獻獎」</li> <li>• 綠色工廠－NAC3/JMS/MDJ</li> <li>• 2020年綠色供應商－HRB</li> <li>• 2020年節水效率領軍人物－PTN SUQ</li> </ul>	<p>新週刊 香港公益金 HR Tech國際人力資源技術大會 羊城晚報 哈佛商業評論 《南方週末》 上海市外商投資協會 中國物流與採購聯合會 《南方週末》 中國新聞社和《中國新聞週刊》 中華人民共和國公安部交通管理局 上海公安交警部門 上海市婦女聯合會 《南方週末》 《南方週末》 企業社會責任中國教育獎</p> <p>前程無憂 前程無憂 前程無憂 智聯招聘 中國物流與採購聯合會 上海文廣新聞傳媒集團和上海市慈善基金會</p> <p>工業和資訊化部 工業和資訊化部 工業和資訊化部，水利部，國家發展和改革委員會，國家市場監督管理總局 中國環境保護產業協會</p>	<p>中國</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 環境技術進步獎(二等獎)</li> </ul>		

獎項及倡議聯繫	機構	地區
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020年韓國工商聯合會福布斯企業社會責任獎 – 大獎</li> <li>• 聯合國SDGBI「高級組」證書</li> <li>• 環境保護認可證書</li> <li>• 啤酒糟回收項目</li> <li>• 太陽能發電聯合業務</li> <li>• 東方釀酒廠在行業中排名第一</li> <li>• ICH釀酒廠 – 空瓶回收的最佳做法</li> </ul>	中央日報《福布斯》和韓國工商聯合會 支持聯合國可持續發展目標協會 大韓民國環境部長 Re-Harvest KEPCO Energy Solution and Aeonus Gallop Korea survey 韓國資源流通服務社(KORA) 韓國環境部	韓國
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 最佳營銷活動有影響力(銀獎)：貝克的《冰山吶喊》</li> <li>• 最佳危機管理(金獎)：應對百威假新聞</li> <li>• 最佳職場 – 印度</li> </ul>	經濟時報ET BrandEquity.com鯊魚獎2020 Fulcrum Awards 卓越職場®	印度
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 越南最佳工作場所</li> <li>• The Rate Sustainability Companies</li> <li>• 美福釀酒廠獲得2020年綠色獎</li> </ul>	Anphabe 越南工商會 平陽人民委員會	越南

# 釋義

「百威集團」	Anheuser-Busch InBev SA/NV (泛歐交易所：ABI；紐交所：BUD；墨西哥 MEXBOL 指數編號：ANB；南非約翰內斯堡證券交易所：ANH) (根據比利時法律註冊成立為無限年期) 或 AB InBev Group (如文義所指)。百威集團為本公司的控股股東
「AB InBev Group」	百威集團及其附屬公司 (不包括本集團)
「亞太區域」	(1) 澳洲；(2) 孟加拉；(3) 不丹；(4) 汶萊達魯薩蘭國；(5) 緬甸；(6) 柬埔寨；(7) 中國 (包括香港、澳門和台灣)；(8) 庫克群島；(9) 密克羅尼西亞聯邦；(10) 斐濟；(11) 印度；(12) 印尼；(13) 日本；(14) 基里巴斯；(15) 老撾；(16) 馬來西亞；(17) 馬爾代夫；(18) 馬紹爾群島；(19) 蒙古；(20) 瑙魯；(21) 尼泊爾；(22) 新喀里多尼亞；(23) 新西蘭；(24) 紐埃；(25) 帕勞；(26) 巴布亞新畿內亞；(27) 菲律賓；(28) 大韓民國 (韓國)；(29) 薩摩亞；(30) 新加坡；(31) 所羅門群島；(32) 斯里蘭卡；(33) 泰國；(34) 東帝汶；(35) 湯加；(36) 吐瓦盧；(37) 瓦努阿圖；(38) 越南；及 (39) 瓦利斯和富圖納
「董事會」	本公司董事會
「本公司」或「百威亞太」	百威亞太控股有限公司，於2019年4月10日根據開曼群島法律註冊成立的有限公司
「董事」	本公司董事
「財年」或「財政年度」	截至12月31日止財政年度
「2019財政年度」	截至2019年12月31日止財政年度
「2020財政年度」或「報告期」或「本年度」	截至2020年12月31日止報告期
「本集團」或「我們」或「我們的」	本公司及其附屬公司
「韓圓」	韓圓，韓國法定貨幣
「上市規則」	《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》，經不時修訂或補充

「東方啤酒廠」	東方啤酒廠，一家根據韓國法律成立及屬於本公司的附屬公司
「OHSAS」	職業健康安全管理體系認證
「中國」	中華人民共和國
「人民幣」	人民幣，中國法定貨幣
「聯交所」	香港聯合交易所有限公司
「美國」	美利堅合眾國、其領土及屬地以及美國各州及哥倫比亞特區
「美元」	美元，美國法定貨幣
「越南盾」	越南盾，越南法定貨幣
「VPO」	工廠最優化管理

## 釋義

本年度報告所載若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格中顯示為總額的數字可能並非上列數字的算術總和。

# 附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

強制披露規定		章節	備註
管治架構	由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：  (i)披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管；  (ii)董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及  (iii)董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。	可持續發展管治	
匯報原則－重要性	(i)識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；  (ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。	利益相關者參與和重要性評估	
匯報原則－量化	有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。	環境、社會及管治表現數據表	
匯報原則－一致性	發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。	環境、社會及管治表現數據表	
匯報範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	關於本報告	

## 附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	章節	備註
<b>A. 環境</b>		
<b>層面A1：排放物</b>		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2025可持續發展目標 於2020財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的環境法律法規不合規事件。
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	氣候行動；環境、社會及管治表現數據表
關鍵績效指標A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	氣候行動；環境、社會及管治表現數據表
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境、社會及管治表現數據表
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境、社會及管治表現數據表
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	氣候行動
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	循環包裝



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節	備註
<b>層面A2：資源使用</b>			
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	2025可持續發展目標	
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	氣候行動	
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	守護水源	
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	循環包裝	
<b>層面A3：環境及天然資源</b>			
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	2025可持續發展目標	本公司遵循《環境支柱手冊》，旨在將對環境和自然資源的重大影響降至最低。
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	2025可持續發展目標	
<b>層面A4：氣候變化</b>			
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	氣候行動	
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	氣候行動	

## 附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	章節	備註
<b>B. 社會</b> <b>僱傭及勞工常規</b> <b>層面B1：僱傭</b>		
一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	夢想－人才－文化	於2020財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關本地僱傭的法律法規不合規事件。
		本公司制定了《請假和休假政策》管理不同員工假期的安排和申請程序，包括法定假期、年假、產假、工傷假、結婚假、喪葬假、病假及其他假期。同時，我們按照國家和地區的勞工法例並根據員工的工作崗位和實際工作時間實施工作時間管理。
關鍵績效指標B1.1 按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	環境、社會及管治表現數據表	我們著重精簡及重要性，故僱員流失比率只按性別、僱員類別及年齡組別劃分。

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節	備註
<b>層面B2：健康與安全</b>			
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	工作場所安全	於2020財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關健康與安全的法律法規不合規事件。
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	工作場所安全	
<b>層面B3：發展及培訓</b>			
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	僱員體驗	
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	環境、社會及管治表現數據表	
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	環境、社會及管治表現數據表	
<b>層面B4：勞工準則</b>			
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例	員工體驗；供應鏈管理	
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工體驗；供應鏈管理	
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工體驗；供應鏈管理	

## 附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節	備註
<b>營運慣例</b>			
<b>層面B5：供應鏈管理</b>			
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	供應鏈管理	
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	–	於2020財政年度，我們大約有7,000個供應商，其中約44%位於中國，28%位於印度，21%在韓國，5%在越南，2%在日本。
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	供應鏈管理	
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈管理	
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈管理	

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	章節	備註
<b>層面B6：產品責任</b>		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	培養明智飲酒文化；產品責任 於2020財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的法律法規不合規事件。
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	環境、社會及管治表現數據表
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	檢舉政策
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	— 於2020財政年度，本公司遵守相關法律法規，並製定了適用的內部政策。
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	培養明智飲酒文化；產品責任
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	— 請參閱《商業宣傳準則》

## 附錄一：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	章節	備註
<b>層面B7：反貪污</b>		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	反賄賂及反腐敗；檢舉政策
關鍵績效指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	反賄賂及反腐敗；檢舉政策
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	反賄賂及反腐敗；檢舉政策
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	反賄賂及反腐敗；檢舉政策
<b>社區</b>		
<b>層面B8：社區投資</b>		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	社區工作；智慧農業；守護水源
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	社區工作；智慧農業；守護水源
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	社區工作；智慧農業；守護水源



BUDWEISER BREWING COMPANY APAC LIMITED  
百威亞太控股有限公司

